

Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Alexander C. Carneiro

**Jogo e Capitalismo de Plataforma no Sul Global: Um Estudo do Coletivo
de Criadores RPGLatam**

João Pessoa

Fevereiro / 2023

Alexander C. Carneiro

**Jogo e Capitalismo de Plataforma no Sul Global: Um Estudo do Coletivo
de Criadores RPGLatam**

Dissertação submetida ao Programa de
Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) da
Universidade Federal da Paraíba, como
requisito para a obtenção do título de Mestre
em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Thiago Falcão

João Pessoa

Fevereiro / 2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

C289j Carneiro, Alexander Catunda.

Jogo e capitalismo de plataforma no sul global : um estudo do coletivo de criadores RPLatam / Alexander Catunda Carneiro. - João Pessoa, 2023.

111 f. : il.

Orientação: Thiago Pereira Falcão.

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHLA.

1. Jogos digitais e analógicos. 2. Game Studies. 3. Capitalismo de Plataforma. I. Falcão, Thiago Pereira. II. Título.

UFPB/BC

CDU 004(043)

Alexander C. Carneiro

**Jogo e Capitalismo de Plataforma no Sul GLobal: Um Estudo do Coletivo de
Criadores RPGLatam**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, na linha de pesquisa “Mídia e Cotidiano”.

A banca considera o presente Trabalho Final: _____ .

Data: ____/____/____.

Prof. Dr. Thiago Falcão (Orientador – PPGC/ UFPB)

Prof. Dr. Ivan Mussa (PPGC/ UFPB)

Prof. Dr. Emmanoel Ferreira (PPGCOM/ UFF)

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à banca avaliadora, pela disponibilidade e contribuição com a celeridade do processo. Agradeço ao meu orientador, Prof. Thiago Falcão, não só pelas aprofundadas discussões e orientação acadêmica, mas principalmente pelo apoio e orientação nos projetos de vida. Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB, por ter sido essencial em minha formação. Agradeço a todos os colegas do LENS, pela camaradagem e pela presença nas acaloradas reuniões de discussão de textos. Agradeço, especialmente, à Clara, por nossa parceria e apoio mútuo diante das adversidades durante a pós-graduação, e à Camila, por seu incrível carisma e dedicação aos amigos. Agradeço à Prof^a. Lilu, por sua amizade e por ter me preparado para este e para os próximos momentos que virão. Agradeço aos amigos, à família e, principalmente, à Ianna, pela presença e apoio nos momentos em que precisava. Por fim, agradeço aos criadores e criadoras do RPGLatam, que tão bem me receberam e me ajudaram a navegar o complexo universo dos RPGs independentes.

RESUMO

Este trabalho visa explorar e descrever o fenômeno do RPGLatam — um coletivo de criadores latino-americanos de jogos de RPG independentes — a partir do atual contexto econômico e social do capitalismo de plataforma. Após uma fundamentação teórica sobre o capitalismo de plataforma e seus desdobramentos na sociedade, no trabalho e nos jogos digitais e analógicos, a pesquisa se debruça sobre a descrição do coletivo. Partindo de uma abordagem etnográfica, é utilizado o método de observação participante — assistido de entrevistas semi-estruturadas e matérias em sites de notícias especializados — para compreender o funcionamento do grupo, seus valores e suas práticas. O conhecimento sobre o grupo é contextualizado a partir dos fundamentos conceituais sobre o capitalismo de plataforma.

PALAVRAS-CHAVE: RPG; Capitalismo de Plataforma; Game Studies; Sul Global.

ABSTRACT

This work aims to explore and describe the phenomenon known as RPGLatam — a group of independent latin-american RPG creators —, relating it to the current economical and social context of platform capitalism. After a theoretical discussion on platform capitalism and its unfolding effects on society, labor, videogames and tabletop games, the research then turns itself to the description of the group. From an ethnographic approach, the participant observation technique is utilized alongside semi-structured interviews with members of the group and bibliographic references from specialized news websites, aiming to understand the inner workings of the group, its values and its practices. Knowledge about the group is contextualized through theoretical concepts about platform capitalism.

KEYWORDS: Role-Playing Games; Platform Capitalism; Game Studies; Global South.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 — Fluxo de interações entre plataformas no RPGLatam	64
Figura 02 — Tweet em discussão sobre compatibilidade em RPGs.....	84
Figura 03 — Exemplos de páginas dos jogos Noctis Labyrinth e Backpacks & Dreams...	90
Figura 04 — Trecho de jogos da <i>collection Brazilian Tabletop Games</i>	91
Figura 05 — <i>Box de community copies</i> do jogo Push to the Top.....	96

SUMÁRIO

1 Introdução	9
1.1 Uma visão crítica acerca do jogo	9
1.2 Os RPGs e sua popularidade	12
1.3 Metodologia	16
1.3.1 Fase de fundamentação teórica	17
1.3.2 Etnografia e observação participante	17
1.3.3 Observação participante no RPGLatam	20
2 Panorama da plataformização do jogo	23
2.1 Capitalismo de plataforma	23
2.2 Trabalho plataformizado	32
2.3 Videogames e a plataformização	40
2.4 Jogos analógicos: RPGs e a plataformização	51
3 Coletivo RPGLatam: plataformização e trabalho criativo no Sul Global	60
3.1 Discord	64
3.2 Twitter	81
3.3 Itch.io	87
4 Considerações finais	97
5 Referências	100
LUDOGRAFIA	110
GLOSSÁRIO	111

1 Introdução

Esta dissertação explora o fenômeno RPGLatam, um grupo de criadores latino-americanos de RPGs independentes que existe de forma totalmente online e cujos criadores manifestam visões políticas consideradas progressistas. Partindo do contexto e do conceito do capitalismo de plataforma, a pesquisa busca descrever as práticas desses criadores para entender as interações entre “trabalhadores” da indústria criativa e as plataformas digitais.

O capítulo inicia com uma contextualização da recente virada política no estudo dos jogos e do jogo, posicionando a presente pesquisa nesse enquadramento. Em seguida, é apresentado o atual contexto dos RPGs analógicos e sua crescente popularidade, justificando o empreendimento desta pesquisa a partir da relevância cultural da qual os RPGs desfrutam neste momento. Por fim, são discutidos os objetivos desta pesquisa e é exposta a estrutura desta dissertação.

1.1 Uma visão crítica acerca do jogo

Os estudos sobre o fenômeno do jogo (*play*) têm sofrido uma mudança de paradigma nos últimos anos. Em meados do século XX, autores seminais dos estudos em jogo ressaltavam as características mais positivas associadas a essa atividade. Huizinga (2012 [1938]), historiador holandês, compreendia o jogo como uma atividade necessariamente voluntária, com regras sempre livremente consentidas. A condição de liberdade de escolha de participar ou não da atividade de jogo e de aceitar suas regras era colocada como fundamental para sua existência, fazendo com que o jogo se tornasse qualquer outra coisa na ocasião de qualquer tipo de coerção, imposição ou involuntariedade da participação no jogo. O autor também separava o jogo de acontecimentos externos e associava-o à sensação de alegria. Para Huizinga, atividades semelhantes ao trabalho, ou que gerassem sentimentos menos que prazerosos, não se encaixavam na definição de jogo. A atividade de jogar era elevada a um patamar sagrado, geradora de cultura e edificadora de caráter. Construindo a partir de Huizinga, Roger Caillois (2017 [1961]) resalta as características de liberdade e voluntariedade do jogo, separando-o ainda mais de atividades não prazerosas, como o trabalho, e definindo-o como um fenômeno essencialmente social e socializante, já que teria o potencial para agrupar indivíduos ao redor de um sistema de regras socialmente aceito em um espaço compartilhado.

Caillois avança para além das proposições de Huizinga e admite a existência do jogo com um potencial negativo, racionalizado por facetas da vida cotidiana, como o trabalho, o dinheiro, a política, o vício ou a obrigação, mas os distingue da definição geral

de jogo ao posicioná-los como corrompidos (CAILLOIS, 2017), considerando que quaisquer interferências externas ao jogo poderiam torná-lo menos que seu potencial puro. Para o modelo de pensamento de Caillois, o jogo com características negativas é possível, mas é um jogo roubado de sua forma original ideal.

No entanto, compreender o jogo como algo fundamentalmente contido em si, livre, inerentemente positivo e externo aos acontecimentos da vida cotidiana apenas contribuiu para a proliferação de uma visão que enxerga a atividade de jogar como algo destituído de ideologia e independente de relações de poder. Dividir os jogos entre aqueles ideais e aqueles corrompidos, afetados por fatores externos, como faz Caillois, reforça a ideia da existência de um jogar ideal e totalmente positivo. Limitar a compreensão do jogo somente às suas fronteiras consideradas benéficas é prejudicial, pois impede a exploração de fenômenos potencialmente nocivos associados aos jogos e à atividade do jogo.

Atualmente, autores têm se voltado para o entendimento do jogo como uma atividade que manifesta potenciais tanto benéficos quanto prejudiciais, considerando-os não mais como externos à vida cotidiana, mas sim totalmente atravessados por ideologias, discursos, materialidades e relações de poder. O jogo influenciado por esses fatores externos não é mais visto como uma versão corrompida de si mesmo, e sim como a forma original do fenômeno, que nunca existiu separado de questões externas. É nessa virada de interpretação que se encontra a mudança de paradigma em relação ao fenômeno do jogo. Seguindo por esse caminho, pesquisadores têm explorado as características inerentemente políticas do jogo e dos jogos, entendendo como estas podem se manifestar de formas não necessariamente positivas.

Algumas das consequências mais nefastas do jogo são exploradas por Trammell (2022), que aciona autores da filosofia política para discutir como a tortura se encaixa na noção de jogo, desafiando toda a ideia do jogo como inerentemente positivo. Para o autor, o jogo performado por populações marginalizadas, especialmente pessoas negras descendentes de escravizados nos Estados Unidos, foi ignorado por uma epistemologia branca que buscava ver os jogos como ideais. A definição do jogo como sempre voluntário e prazeroso deixava de lado relatos de grupos sub-representados que sofrem, por exemplo, com a toxicidade presente em ambientes de jogos online (TRAMMELL et al., 2022), onde são alvos constantes de ofensas, perseguições e até ameaças de morte. Enquanto, anteriormente, poderíamos ser levados a pensar que esses acontecimentos não são relacionados ao jogo em si, eles acontecem dentro de ambientes de jogos online e afetam a experiência daqueles que estão jogando, que não consentiram em serem ofendidos ou perseguidos quando iniciaram a partida de jogo.

Uma observação não idealizada do jogo mostra que, em diversas instâncias, acontecimentos de jogo não são necessariamente consensuais (TRAMMELL et al., 2022). Quando isso acontece, o jogo não deixa simplesmente de existir, mas se torna uma ferramenta de subjugação, uma na qual há um jogador, aquele que agencia suas ações, e um subjugado, aquele que não tem escolha sobre o que acontece sobre si. É através desse mecanismo — a possível transformação de um indivíduo em um objeto — que o jogo pode se manifestar como tortura, sem necessariamente deixar de ser jogo para aqueles indivíduos que estão jogando. Trammell argumenta que compreender os potenciais negativos do jogo é essencial para entender práticas de jogo há muito invisibilizadas, comumente associadas a grupos sub-representados. Uma epistemologia do jogo que ignora a experiência de grupos marginalizados efetivamente contribui para a normalização de um pensamento que posiciona a experiência da branquitude como o padrão (TRAMMELL et al., 2022). Quando compreendemos o jogo como um fenômeno atravessado por relações de poder, a discussão sobre jogo se torna política.

Empreender uma discussão crítica acerca da relação entre jogo e política nos leva inevitavelmente a encarar o fenômeno do jogo dentro do contexto do atual capitalismo neoliberal. Sicart (2021) explora como a atividade de jogar tem sido cooptada por esse contexto capitalista, que se utiliza do discurso otimista em relação ao jogo para utilizá-lo de formas que beneficiem grandes corporações. Uma das principais formas através das quais o jogo é apropriado em nome do lucro é o trabalho. Ao transformar o jogo em trabalho, dando à atividade um caráter produtivo, empresas são capazes de argumentar que funcionários não estão trabalhando mas, sim, se divertindo enquanto trabalham. Esse argumento é possibilitado através do atual entendimento do jogo como algo necessariamente prazeroso quando, na verdade, funcionários podem estar sendo subjugados a situações precárias de trabalho não-consensuais. Nessa situação, não é uma questão de entender o fenômeno como um ou outro — trabalho ou jogo —, mas, sim, compreender como existe, na atividade de jogo, um potencial para transformá-la em ferramenta de subjugação, fazendo com que a situação acima assuma uma definição dupla: é sim um trabalho, sem deixar de ser jogo.

A relação entre jogo e trabalho é essencial para o contexto desta pesquisa. Trabalhadores independentes no âmbito da indústria criativa se encontram constantemente negociando seus níveis de prazer e obrigação enquanto desempenham sua atividade de trabalho. “Trabalhe com o que você gosta” é uma máxima que se manifesta na vida desses criadores e apresenta uma questão: o que acontece quando sua forma de lazer se transforma em atividade de trabalho? O propósito desta pesquisa não é o de explorar as propriedades

ontológicas do jogo a partir de um viés político, como fazem Trammell e outros autores acima, mas sim de contextualizar politicamente sua produção, compreendendo como fatores políticos, econômicos e culturais impactam o trabalho de criação de *role-playing games*, ou jogos de RPG. Esta é, portanto, uma pesquisa sobre a economia política dos RPGs, que busca respostas sobre os processos de produção desses jogos através da observação de um grupo de criadores independentes de RPG da América Latina.

1.2 Os RPGs e sua popularidade

Os *role-playing games* (em tradução livre: jogos de interpretação de papéis; ou em sigla: RPG) são um tipo de jogo sensível de se definir, geralmente sendo colocados como a exceção de definições de jogos que centralizam aspectos como competitividade ou resultados quantificáveis. Afinal de contas, RPGs não se tratam necessariamente de competição e não buscam definir vencedores ou perdedores ao final de partidas. Em sua forma mais tradicional, RPGs consistem de um grupo de jogadores sentados ao redor de uma mesa, interpretando personagens fictícios em um mundo de fantasia. As ações e pensamentos dos personagens são expressadas através das falas de seus respectivos jogadores e coletivamente imaginadas pelo grupo. As informações de cada personagem são escritas em folhas de papel impressas, denominadas fichas, e definem quais tipos de habilidades um personagem possui, sua personalidade, história e defeitos. Um dos jogadores é escolhido como mestre/a do jogo (do inglês *game master*; também chamados de GM ou narrador/a). A essa pessoa é dada a responsabilidade de descrever o mundo, narrar as consequências das ações dos jogadores, interpretar outros personagens que não sejam os dos jogadores, manter as regras em funcionamento e adjudicar situações em jogo não previstas pelas regras (ZAGAL; DETERDING, 2018).

Existem diferentes títulos de jogos de RPG, comumente chamados na comunidade como “sistemas” [de regras] e, enquanto a definição anterior é capaz de cobrir os modos mais clássicos de se jogar RPG, é possível encontrar sistemas que negam pelo menos cada uma das características listadas, o que torna a tarefa de se definir RPGs ainda mais difusa. Existem sistemas nos quais não há o papel de um narrador (conhecidos como sistemas *gmless*, pois não há a figura de um GM); sistemas em que jogadores não se sentam ao redor de uma mesa, mas sim representam corporalmente seus personagens como em uma peça de teatro (*live-action role-playing games*, ou larps); sistemas em que as partidas são jogadas apenas por um jogador (os RPGs solo); sistemas sem a necessidade de fichas, e assim por diante. Dentre todos os diferentes títulos de RPG, com suas diversas variações,

versões e edições, o sistema pioneiro e, até hoje, mais jogado ao redor do globo, é o famoso Dungeons & Dragons (D&D, TSR, 1974).

Os *role-playing games* (RPGs) têm experimentado um rápido crescimento em sua popularidade nos últimos anos. Novos títulos comerciais e independentes são lançados a cada dia; livros, panfletos, mapas e conteúdo adicional para os jogos são constantemente produzidos e distribuídos gratuitamente por fãs; filmes e animações com temática de RPG têm sido produzidos usando orçamentos *hollywoodianos*. Assim como é o caso de outras áreas da indústria criativa, muitos dos principais desenvolvimentos relatados acima se concentram no Norte Global, onde se encontram os principais títulos e autores de RPG. O desenvolvimento da internet e das tecnologias de informação, no entanto, permitiram que novas vozes surgissem no âmbito dos RPGs e compartilhassem esse cenário. Criadores do Sul Global e em outras posições marginalizadas utilizam as possibilidades das plataformas digitais para pleitear um espaço entre os nomes já consagrados da indústria dos RPGs.

A posição privilegiada na qual os RPGs se encontram atualmente parece ainda maior se comparada à conjuntura do final do século XX e do início do século XXI, quando os RPGs pareciam ter caído no ostracismo. Hoje em dia, os RPGs de mesa, principalmente através do D&D, vêm aparecendo em matérias no *The New York Times* e em grandes séries da Netflix (GILSDORF, 2019). Dezenas de milhares de pessoas semanalmente se juntam na plataforma de *streaming* Twitch para assistir aos participantes do grupo *Critical Role* jogarem partidas de Dungeons & Dragons e, ocasionalmente, outros RPGs (LAVADO, 2021). Em 2019, esse mesmo grupo arrecadou com sucesso mais de 11 milhões de dólares em um financiamento coletivo, quebrando recordes de arrecadação na plataforma *Kickstarter*, para a criação de uma série animada original para a plataforma Amazon Prime Video baseada nas aventuras de seus personagens (WHITTEN, 2019).

No Brasil, a coleção de livros inspirada nos podcasts de RPG do grupo Jovem Nerd quebrou recordes na plataforma Catarse, em 2020, ao arrecadar mais de 5 milhões de reais em financiamento coletivo, apoiado por quase 20 mil pessoas. Anterior a esse projeto, o detentor do recorde era o Ordem Paranormal: Enigma do Medo, jogo digital baseado no RPG de mesa criado pelo *youtuber* brasileiro conhecido como Cellbit, que arrecadou mais de 4 milhões de reais, batendo o recorde também de apoiadores em um único projeto na América Latina, com mais de 30 mil financiadores. Anterior a ambos, em 2019 o financiamento coletivo para a nova versão do RPG Tormenta foi o primeiro projeto do tipo a ultrapassar 1 milhão de reais, encerrando em quase 2 milhões com mais de 6 mil apoiadores (CATARSE, 2020). Essa série contínua de recordes quebrados conta a história de como os RPGs vêm ocupando um espaço cada vez mais convencional, mas apesar do

crescimento no consumo desses produtos, os estudos acadêmicos em comunicação não parecem acompanhar esses desenvolvimentos.

Além do recente aumento na popularidade dos RPGs, as dinâmicas do capitalismo de plataforma também vêm transformando a maneira como RPGs são desenvolvidos, distribuídos e consumidos. Sites de financiamento coletivo, redes sociais, lojas digitais e gráficas *on-demand* facilitaram o processo de publicação e divulgação de jogos independentes, possibilitando o crescimento desse mercado. A pandemia de COVID-19 também afetou fortemente o mercado de RPGs, que teve de se adaptar rapidamente. É importante entender como essas dinâmicas do capitalismo contemporâneo afetam a criação dos jogos analógicos e influenciam o pensamento político dos autores e jogadores nesse meio. Adicionalmente, estudos acadêmicos que analisam o RPG e suas práticas estão encontrando uma crescente notoriedade em outros países, especialmente nos Estados Unidos. Periódicos como o *Analog Game Studies* ou o *International Journal of Role-Playing* se dedicam a publicar trabalhos interdisciplinares relacionados ao RPG e suas práticas. O conjunto dos argumentos expostos acima justifica o empreendimento desta pesquisa.

Esta dissertação analisa um fenômeno que se desenvolve em meio ao contexto apresentado. O RPGLatam é um coletivo de criadores independentes de RPG da América Latina, organizado de forma online, sem líderes ou manifestos, cujo nascimento se deu em meados de 2021. A elaboração desta pesquisa nasce a partir da disciplina optativa de Visibilidade e Decolonialidade, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB, na qual aproveitei meu conhecimento e participação prévia no grupo RPGLatam para desenvolver uma discussão à respeito do grupo e suas visões políticas. Certamente, para além de ser um grupo de criadores de RPGs localizados ou originados no Sul Global, uma das características mais marcantes do RPGLatam são as visões políticas de seus membros e a frequência com a qual esses criadores engajam em discussões de teor político, seja interna ou externamente. Questões como os problemas do sistema capitalista, desigualdade social, raça e racismo, imperialismo, colonialismo e decolonialidade e pautas de identidade são temas geralmente abordados por membros do RPGLatam não somente em seu cotidiano, mas também em seus jogos. Essa atenção a pautas políticas consideradas progressistas se torna peculiar e justifica uma análise após uma contraposição do grupo em relação à comunidade *gamer* em geral, que tão comumente apresenta a tendência a apoiar pautas conservadoras (FALCÃO; MACEDO; KURTZ, 2021).

O coletivo RPGLatam e seus semelhantes são um fenômeno recente, atravessados por questões muito pertinentes da contemporaneidade, como a platformização,

distribuição digital, *hope labor* e discussões sobre Sul Global. O objeto RPGLatam, por ser um fenômeno novo e por não estar particularmente presente no escopo de pesquisa de muitos pesquisadores, dispõe de certo ineditismo em estudos acadêmicos de comunicação no Brasil. Como um membro do grupo, este autor se encontra em uma valiosa posição para a execução desta pesquisa, pois a participação possibilita a observação de fenômenos complexos que orbitam o objeto, condição que, de outra forma, não seria possível.

Apesar do posicionamento político do grupo ter sido o fator que chamou atenção para o objeto, o propósito da presente pesquisa se debruça sobre um outro aspecto — também político — pertinente à existência do coletivo: sua relação com as plataformas digitais no contexto do capitalismo de plataforma. Sendo um grupo que opera de forma totalmente online, membros que participam do RPGLatam constantemente se vêm negociando com os limites e requisitos das plataformas digitais para engajar em suas discussões, financiar, divulgar e distribuir seus jogos. Partindo de uma abordagem etnográfica, utilizo a técnica de observação participante para examinar as práticas de criadores independentes de RPG em sua relação com as plataformas digitais. O conceito de capitalismo de plataforma (SRNICEK, 2016) tanto contextualiza o cenário político-econômico habitado pelo RPGLatam, quanto fornece a fundamentação teórica para compreendermos os processos que atravessam o grupo. O propósito da pesquisa, portanto, é estabelecer uma descrição densa (GEERTZ, 1978) do coletivo, a partir de suas práticas no contexto do capitalismo de plataforma, para potencialmente encontrar informações relevantes sobre o contexto geral do trabalho criativo plataformizado.

Para compreender um fenômeno inerente ao Sul Global e que, adicionalmente, considera a si mesmo como parte do Sul Global de forma consciente, é preciso trabalhar a ideia de decolonialidade. Membros do RPGLatam deliberadamente se posicionam como cidadãos do Sul Global, cientes dos efeitos que esse rótulo pode ter sobre eles. Apesar dos estudos decoloniais não possuírem, nesta dissertação, um capítulo dedicado à sua exposição, seus conceitos são trabalhados pontualmente no texto, quando necessário. Os conceitos de ferida decolonial e opção decolonial, do pensador Walter D. Mignolo (2021), são utilizados para contextualizar certas falas e escolhas de membros da comunidade.

Em se tratando de uma pesquisa explicativa e descritiva, o objetivo deste trabalho é o de compreender as dinâmicas de interação entre os efeitos do capitalismo de plataforma e a criação de jogos de RPG independentes no contexto do Sul Global. Esse objetivo será atingido através da observação e estudo do coletivo de criadores de RPG independentes latino-americanos intitulado RPGLatam, com uma especial atenção para suas práticas nas plataformas digitais.

Os passos necessários para a realização do objetivo geral constituem os objetivos específicos da pesquisa. Primeiro, será necessário descrever as práticas e experiências cotidianas dos participantes do grupo, obtidas a partir da técnica de observação-participante, assistida pelas entrevistas semi-estruturadas com participantes do coletivo. Em seguida, a fundamentação teórica da pesquisa exige o estudo das dinâmicas do capitalismo de plataforma e suas formas de interação com o jogo e os jogos, apresentados em um capítulo que aborda diversas facetas da plataformização da sociedade. Por fim, a pesquisa busca relacionar as práticas dos participantes do grupo de criadores de RPG com as dinâmicas do capitalismo de plataforma, através de uma descrição contextualizada de suas práticas no entorno das plataformas digitais.

1.3 Metodologia

Este trabalho segue a metodologia etnográfica, com foco na técnica da observação participante, acompanhada do aprofundamento teórico sobre o contexto capitalista e como seus recentes desenvolvimentos afetam o âmbito dos jogos de RPG. Esta pesquisa de abordagem qualitativa é de caráter tanto explicativo quanto descritivo.

A pesquisa qualitativa reconhece o caráter dinâmico do objeto estudado e busca contextualizá-lo de forma aprofundada, com atenção para os fenômenos adjacentes que possam afetá-lo. As amostras para esta pesquisa qualitativa são selecionadas de acordo com sua relevância para a discussão proposta pelo trabalho: situações pontuais encontradas através da observação, apesar de pequenas em escala, podem ser valiosas do ponto de vista informacional, possibilitando o entendimento aprofundado sobre o objeto (FRAGOSO et al., 2011).

O caráter descritivo se manifesta, principalmente, através do método de observação participante, que, nesta pesquisa, é usado com o objetivo de compreender de forma aprofundada as práticas, os processos e as experiências de criadores e criadoras no grupo RPGLatam. Já o caráter explicativo é articulado no momento em que a pesquisa busca entender características do capitalismo de plataforma no contexto do Sul Global a partir do objeto estudado.

Do ponto de vista prático, a pesquisa se divide em duas partes desenvolvidas paralelamente. A primeira parte diz respeito à fase de fundamentação teórica que deve ser desenvolvida para que seja possível entender parte do contexto que atravessa o grupo RPGLatam: o capitalismo de plataforma e os estudos sobre economia política dos jogos e RPGs. A segunda diz respeito à vivência etnográfica dentro do grupo RPGLatam e sua

consequente descrição. Isso inclui também entrevistas individuais semi-estruturadas. Cada método será descrito a seguir de acordo com sua posição na pesquisa.

1.3.1 Fase de fundamentação teórica

Grande parte do conteúdo estudado e analisado na pesquisa é oriundo de livros e artigos sobre os diferentes temas tratados e, uma vez lidos os textos e adquiridos os conceitos, estes são articulados entre si para conferir contexto e fundamentação teórica aos resultados obtidos na observação participante. Dois principais grupos teóricos interessam à bibliografia desta pesquisa. De um lado, estudos de economia política que buscam compreender aspectos de nossa realidade, como os conceitos já citados sobre o capitalismo de plataforma, oferecem uma importante lente a partir da qual os fenômenos que cercam o grupo RPGLatam podem ser entendidos. Para complementar, os estudos em RPG podem fornecer conhecimentos especializados sobre a história, as práticas e os paradigmas em torno dos jogos de RPG. Esses conhecimentos, por sua vez, ajudam a contextualizar e esclarecer as formas a partir das quais os discursos de criadores no RPGLatam eventualmente se manifestam em seus jogos e suas práticas.

1.3.2 Etnografia e observação participante

A técnica da observação participante foi escolhida por dois motivos principais. Primeiramente, minha participação prévia no grupo, anterior ao início desta pesquisa, já me fornecia um acesso às práticas cotidianas e a certos membros no grupo, o que oferecia uma boa oportunidade para essa escolha. Em segundo lugar, a melhor maneira de compreender as experiências dos criadores e os fenômenos que atravessam o grupo seria a de participar do grupo como um membro, interagindo de igual para igual e participando das atividades sempre que possível, sem deixar de lado o comprometimento com uma análise objetiva das situações.

Enquanto autor desta pesquisa, ocupo duas posições simultâneas e complementares: sou criador de RPGs e membro participante no grupo RPGLatam, na busca por publicar jogos e emocionalmente investido nas conquistas do grupo; e sou, também, de forma mais importante, pesquisador observador interessado em jogos de RPG e comprometido com esta pesquisa e seus resultados. É de meu interesse pessoal e de interesse desta pesquisa que essas duas posições citadas contribuam conjuntamente para a obtenção de uma análise aprofundada e de qualidade dos fenômenos que existem ao redor do objeto.

A observação participante é uma técnica que surge, discutivelmente, a partir das áreas da antropologia e da sociologia (HAGUETTE, 2010), tendo profunda relação com a

metodologia etnográfica. Apesar de serem muitas vezes confundidas, observação participante e etnografia são conceitos que atuam em níveis diferentes de pesquisa. Enquanto a “etnografia significa literalmente a descrição de um povo” (ANGROSINO *apud* MARIETTO, s. p., 2018), a observação participante é um dos muitos métodos empregados na busca por esse objetivo e possui, portanto, um caráter descritivo embutido em si.

Para iniciar uma explicação da observação participativa é necessário partir da etnografia, área estreitamente relacionada a essa técnica. Para o sociólogo Clifford Geertz, a prática etnográfica, como diz, é mais do que “estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário, e assim por diante.” (GEERTZ, 1978, p. 15). Para ele, trata-se na verdade de um empreendimento, um esforço intelectual na direção de uma “descrição densa”, termo que toma de Gilbert Ryle, explicando que é esse “o objeto da etnografia: uma hierarquia estratificada de estruturas significantes” (GEERTZ, 1978, p. 15). O conceito de descrição densa também pode ser explicado como uma descrição contextualizada, carregada de símbolos, significados e história. Também nos leva a pensar em uma descrição carregada de experiência, afetos e vivências, características típicas da prática etnográfica. Mais uma vez, tentando definir esse objeto relativamente amorfo da etnografia, Geertz diz que:

o que o etnógrafo enfrenta [...] é uma multiplicidade de estruturas conceituais complexas, muitas delas sobrepostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e não explícitas e que ele tem que, de alguma forma, primeiro apreender e depois apresentar. (GEERTZ, 1978, p. 20)

Sendo esta uma pesquisa etnográfica, seus objetivos e obstáculos estão alinhados com o parágrafo acima. Uma multiplicidade de estruturas conceituais sobrepostas ou amarradas parece ser, precisamente, o contexto no qual o objeto pesquisado se apresenta. Será absolutamente necessário, também, “primeiro apreender e depois apresentar”. É esse o objetivo da observação participante na pesquisa: a apreensão da experiência para sua posterior descrição, interpretação e apresentação. Marietto (2018) descreve a observação participante da seguinte forma:

Essa abordagem permite ao pesquisador (*fieldworker*) utilizar o contexto sociocultural do ambiente observado (os conhecimentos socialmente adquiridos e compartilhados disponíveis para os participantes ou membros deste ambiente) para explicar os padrões observados de atividade humana. Ou seja, consiste na inserção do pesquisador no interior do grupo observado, tornando-se parte dele, interagindo por longos períodos com os sujeitos, buscando partilhar o seu cotidiano para sentir o que significa estar naquela situação. (MARIETTO, s. p., 2018)

Um agravante do objeto desta pesquisa em relação aos textos clássicos da etnografia é que o grupo estudado é organizado de forma completamente digital, através das plataformas anteriormente citadas. Apesar de suas atividades e experiências serem comparáveis às de grupos organizados no mundo físico, é necessário um olhar atento para sua característica puramente digital e como o ambiente online media as situações cotidianas do grupo.

A netnografia surge como um termo nos anos 90 para determinar aqueles tipos de etnografia praticados dentro e através da internet. Para Kozinets (*apud* FRAGOSO et al., 2011), especificar um termo diferente para a prática netnográfica ajuda a delimitar o campo e a separar melhor certas ferramentas valiosas no campo digital, mas que não necessariamente seriam úteis na prática etnográfica tradicional. Fragoso et al. (2011) discutem a real necessidade de cunhar um novo termo para delimitar as etnografias desenvolvidas no ambiente online, já que, muitas vezes, esses tipos de trabalho também abordam questões de fora da web e suas relações com as comunidades virtuais estudadas (FRAGOSO et al., 2011). Considerando as importantes implicações que um ambiente não necessariamente virtual possuem na comunidade a ser estudada e, também, considerando a discussão sobre a necessidade ou não de novos termos, decide-se por nomear, neste trabalho, o método como etnografia, com uma constante atenção para as especificidades que o ambiente digital online pede, tanto no âmbito da técnica quanto no ético.

A técnica de observação participante e a metodologia etnográfica também não são estranhas aos estudos do jogo e dos RPGs em particular. Em 1983, Gary Alan Fine publicou o seminal *Shared Fantasy*, livro em que descreve sua etnografia de grupos de RPG (*role playing-games*) no fim dos anos 70, leitura influente até os dias de hoje. Por se tratar de um trabalho sobre grupos de *jogadores* de RPG, suas relações e a formação de identidades, algumas das conclusões da análise de Fine (1983) não são particularmente relevantes para o contexto desta pesquisa. No entanto, do ponto de vista metodológico, pelo autor também empregar a técnica de observação participante no âmbito dos RPGs, alguns de seus apontamentos sobre método se mostram valiosos e alguns de seus obstáculos se assemelham aos desta pesquisa.

Um contratempo enfrentado por Fine que também se manifesta no objeto desta pesquisa é a falta de líderes atribuídos ao grupo. O pesquisador descreve como, em sua primeira ida a um clube de jogadores de RPGs, não parecia haver indivíduos encarregados da organização, ninguém a quem ele pudesse recorrer para receber informações oficiais (FINE, 1983, p. 245). Apesar do autor relatar ter mais tarde descoberto que isso não era verdade e que de fato haviam pessoas encarregadas, o mesmo não é verdadeiro para o RPGLatam. A estrutura de hierarquia horizontal do grupo e sua filosofia de não manter

manifestos ou material de divulgação impedem a obtenção de definições oficiais sobre o objeto. Essas características ressaltam a importância da observação participante para a pesquisa, posicionando-a como a melhor forma de obter dados sobre o grupo.

Fine (1983) também aborda a questão da reflexividade na pesquisa etnográfica e problemas sobre a possibilidade da participação do pesquisador influenciar comportamentos. O autor comenta sobre como tentava se integrar da melhor forma possível ao resto do grupo e conciliar suas ações de jogador com suas ações de pesquisador, como a constante escrita de notas de campo (FINE, 1983, p. 249). No caso desta pesquisa, considerando minha participação prévia no grupo estudado, não houveram grandes mudanças em minhas formas de interação com membros do grupo previamente e após o início da pesquisa. Internamente, minha abordagem em relação ao grupo muda de uma de simples participação para uma que também contém um olhar analítico. Em relação às minhas ações dentro do grupo, apenas duas novas práticas decorreram diretamente do empenho da pesquisa. Primeiro, passei a convidar certos criadores para entrevistas semi-estruturadas, como parte da metodologia deste trabalho e, em segundo lugar, me percebi trazendo discussões temáticas sobre assuntos relacionados a RPGs, Sul Global e capitalismo de plataforma de maneira que eu pudesse entender as opiniões de indivíduos sobre esses tópicos. A prática de iniciar discussões, no entanto, é comum ao grupo e não é considerada pelos outros membros como algo inusitado.

No entanto, enquanto Fine se preocupa em estudar apenas as comunidades de jogadores, neste trabalho o objetivo é analisar uma comunidade de criadores de jogos. Natasha Schüll (2014) se aproxima desse propósito ao escrever sua etnografia sobre o universo dos jogos de azar em Las Vegas. Em seu livro, a autora descreve tanto os aspectos sociais e culturais que permeiam o jogo e seus jogadores, como também os designers das máquinas e as empresas que os empregam, além dos aspectos técnicos e materiais das próprias máquinas, construindo um estudo complexo que considera tanto os atores humanos quanto os não-humanos.

Essa abordagem, que considera as interações entre humanos e não-humanos, ilustra melhor o universo do RPGLatam: seus membros estão constantemente interagindo e negociando com as características materiais das plataformas digitais. Para realmente compreender como o grupo funciona, é necessário observar não só seus participantes, mas também como as características das plataformas mediam suas ações.

1.3.3 Observação participante no RPGLatam

No nível prático, a observação participante na pesquisa se dá, principalmente, através da participação diária no servidor do aplicativo Discord do RPGLatam, interagindo e observando as situações que se desenrolam no cotidiano do grupo, como o lançamento de novos projetos, discussões sobre a natureza política dos jogos, formas de organização e táticas para se aproveitar das plataformas para ganho pessoal e do grupo. O esforço da observação será direcionado para entender os comportamentos dos criadores em relação às plataformas e como os objetivos individuais dos criadores direcionam suas práticas cotidianas. Compreender o contexto desses criadores independentes revela informações sobre suas práticas de trabalho, seu comportamento em grupo, suas estratégias em comunidade e suas realidades socioeconômicas.

Para além da participação ordinária no cotidiano dos criadores, tento me engajar em todos os eventos que venham a ser organizados pelo grupo, como as ocasionais rodas de conversa por voz, eventuais *game jams* e outros eventos não previstos. Minhas observações e análises também integram outras duas plataformas, para além do servidor do Discord. Na rede social Twitter, me mantenho atualizado sobre os mais recentes acontecimentos na comunidade dos RPGs independentes, observando as discussões que podem se desenrolar nesse ambiente, tanto internamente, entre participantes do movimento, quanto externamente, entre participantes do movimento e outros interlocutores. Já no Itch.io, um *marketplace* de jogos digitais e analógicos, observo as formas de distribuição utilizadas por membros do RPGLatam e posso ter uma ideia dos tipos de materiais publicados por esses autores. Revelei minha participação enquanto pesquisador através de uma mensagem no servidor Discord e no momento em que pedia que criadores participassem das entrevistas.

Por fim, entrevistas de profundidade (DUARTE, 2005) também são uma valiosa fonte de informação, já que podem me conferir um acesso direto à trajetória e às opiniões de indivíduos dentro do grupo. Durante a pesquisa, foram realizadas 07 entrevistas com participantes do grupo, 04 via chat de voz, com criadores de nacionalidade brasileira, em formato semi-estruturado e 03 via texto, com criadores de nacionalidade argentina, em formato estruturado com perguntas abertas. Tanto as entrevistas em texto quanto as via chat de voz foram empregadas através do aplicativo Discord, que todos os criadores já utilizavam previamente. Uma das entrevistas se deu com um criador que se identifica com o rótulo RPGLatam, mas não participa ativamente do servidor no Discord, outro fator que justifica a aplicação das entrevistas, considerando que, se não fosse por elas, não seria possível ter acesso direto aos pensamentos, práticas e opiniões de criadores que não participam ativamente do servidor. As observações extraídas diretamente das entrevistas

serão indicadas sempre que necessário, por vezes através de citações. Criadores que se identificam com diversos gêneros foram entrevistados, no entanto, para preservar a privacidade dos participantes, todos os entrevistados são referidos utilizando-se pronomes masculinos. A Tabela 01, abaixo, apresenta a quantidade de entrevistados, a modalidade da entrevista, duração e nacionalidade de cada criador.

ENTREVISTAS

Participante	Nacionalidade	Modalidade da entrevista	Duração
#1	Brasileira	Chat de voz (via Discord)	40 minutos
#2	Brasileira	Chat de voz (via Discord)	60 minutos
#3	Brasileira	Chat de voz (via Discord)	30 minutos
#4	Brasileira	Chat de voz (via Discord)	50 minutos
#5	Argentina	Texto (via Discord)	N/A
#6	Argentina	Texto (via Discord)	N/A
#7	Argentina	Texto (via Discord)	N/A

Tabela 01: Entrevistas com criadores do RPGLatam. Elaborado pelo autor.

Este capítulo iniciou com uma breve discussão sobre a importância de pesquisas que abordem o fenômeno do jogo de forma crítica, com uma atenção não somente para seus potenciais prejudiciais, mas também para suas relações com os universos do trabalho, da política e da cultura. A escolha de um objeto atrelado aos RPGs foi justificada a partir da apresentação de números que mostram o crescimento desse tipo de jogo nos últimos anos, tanto financeiramente quanto em popularidade. Também foram apresentados os objetivos geral e específicos da pesquisa, assim como a metodologia e a forma de utilização da observação participante em suas especificidades em relação ao objeto. O próximo capítulo mergulha na fundamentação teórica, apresentando os estudos sobre o capitalismo de plataforma e contextualizando-os em diferentes aspectos da sociedade, do trabalho, dos jogos digitais e, por fim, dos jogos analógicos e RPGs, explorando os efeitos da plataformização em cada um desses âmbitos e recontando parte da história dos RPGs a partir de sua relação com plataformas digitais. O capítulo 03 apresenta os resultados da pesquisa, descrevendo o coletivo RPGlatam e as práticas de seus criadores a partir de suas três principais plataformas digitais: Discord, Twitter e Itch.io. Por fim, o capítulo 04 discute brevemente sobre os resultados obtidos e encaminha as conclusões da pesquisa.

2 Panorama da plataformização do jogo

Este capítulo tem como objetivo apresentar um contexto geral da contemporaneidade trazido pelo estabelecimento da atual fase do capitalismo, denominada, entre outros títulos, de capitalismo de plataforma. Para isso, fundamenta-se na bibliografia dedicada ao entendimento das plataformas em si e, em seguida, ao entendimento das maneiras com que elas afetam a sociedade.

Dessa forma, o capítulo está dividido em 4 seções: na primeira, o texto se debruça sobre um entendimento da noção de capitalismo de plataforma (SRNICEK, 2016) em si e dos diferentes processos que o compõem, com uma atenção para os produtos e serviços ofertados pelas plataformas, como as plataformas extraem receita a partir de referidos produtos e serviços e, finalmente, como esses processos afetam realidades sociais, políticas e econômicas. A segunda seção aprofunda a discussão sobre os efeitos da plataformização no âmbito do trabalho e destaca a importância de conceitos como *free labor* (TERRANOVA, 2000) e *hope labor* (KUEHN; CORRIGAN, 2013) para o entendimento da criação de cultura imaterial no contexto do capitalismo digital. A partir da terceira seção, finalmente, o texto se dedica a uma análise das consequências da plataformização no universo dos jogos. Iniciando com a lente sobre os jogos digitais, o tópico discute a atividade contemporânea do jogo e empreitadas com o objetivo de transformá-la em atividade produtiva de trabalho (YEE, 2006; FALCÃO; MARQUES; MUSSA, 2020), bem como novas formas de consumo e distribuição de jogos digitais possibilitadas pelas plataformas. Por fim, a quarta sessão volta os esforços para a contextualização dos RPGs e jogos analógicos em geral e como os processos da plataformização da sociedade têm afetado a criação e o consumo desses produtos, desde a fusão e aquisição de grandes empresas do ramo e suas consequências, passando pelo *streaming* (JONES, 2021), até campanhas de financiamento coletivo (TYNI, 2020) e a importância da atividade de comunidades de entusiastas para a continuidade do meio (TRAMMELL, 2019).

2.1 Capitalismo de plataforma

O sistema capitalista possui a distinta capacidade de transformar-se após suas crises para se manter vigente. A condição econômica no Ocidente pós-2ª Guerra Mundial foi de insustentável bonança e seu desdobrar gerou consequências que criaram um terreno fértil para a atual fase do capitalismo. Diversas crises econômicas mundiais levaram a corporações com acúmulos cada vez maiores de dinheiro guardados em paraísos fiscais, enquanto mudanças nos valores de juros levaram a investidores buscando aplicações cada vez mais arriscadas, em busca de retornos cada vez maiores (SRNICEK, 2016). Aliado a

esses dois fatores, iniciando nos anos 70, mas principalmente a partir dos anos 90, tem se intensificado um processo do capitalismo que põe cada vez menos valor na produção industrial de bens e valoriza cada vez mais produtos imateriais. Esse processo foi incentivado, dentre outras coisas, pela popularização dos computadores e da internet.

Esse contexto possibilitou o surgimento e o contínuo crescimento de empresas de tecnologia multibilionárias. Impulsionadas por um discurso de mudança através da tecnologia articulado em países de capitalismo avançado (SRNICEK, 2016), essas empresas foram bem-sucedidas em posicionar seus produtos como partes indissociáveis da estrutura e do funcionamento social. Enquanto esses produtos cresciam cada vez mais, crescia também a capacidade dessas empresas de extrair, utilizar e vender grandes conjuntos de dados a partir das infintas interações digitais dos indivíduos. Esses dados se mostrariam valiosos para empresas com o objetivo de otimizar seus ganhos e anunciar produtos de forma mais personalizada.

Para Nick Srnicek, “capitalismo de plataforma” é o nome dado para a atual fase do capitalismo tardio que se “concentra na extração e no uso de um tipo particular de matéria-prima: os dados.” (2016, posição 360, tradução nossa¹). A presença dos dados enquanto estratégia para melhorar os negócios precede a existência do capitalismo de plataforma em si, mas é somente no século XXI que as tecnologias digitais de comunicação permitem uma extração fácil e barata dos dados (SCHNEIER, 2015), o que resulta em quantidades inéditas e gigantescas de dados acumulados

e novas indústrias surgiram para extrair esses dados e para usá-los como forma de otimizar processos de produção, indicar preferências de consumidores, controlar trabalhadores, proporcionar as bases para novos produtos e serviços e vender para anunciantes. (SRNICEK, 2016, posição 377, tradução nossa²)

A quantidade de dados gerados e coletados pela humanidade cresce a cada ano. Em 2018, estima-se que foram gerados por volta de 2,5 quintilhões de bytes diariamente. O consumo de conteúdo também acompanha as estatísticas, e estima-se que, no mesmo ano, usuários assistiam mais de 4 milhões de vídeos no YouTube a cada minuto (MARR, 2018). É importante ressaltar que, apesar dos dados serem associados à imaterialidade em nosso senso comum, a gravação e manutenção dos dados na escala operada atualmente requer que empresas possuam grandes estruturas físicas, consumam grandes quantidades de energia e empreguem um importante trabalho de filtragem e refino, por vezes praticado por seres humanos, para que só então os dados possam se tornar úteis. Esse tipo de trabalho,

¹ No original: centered upon extracting and using a particular kind of raw material: data.

² industries arose to extract these data and to use them as so to optimize production processes, give insight into consumer preferences, control workers, provide the foundation for new products and services and sell to advertisers.

geralmente precarizado e terceirizado, é característico da atual fase do capitalismo e será discutido mais à frente.

Para Nick Srnicek (2016) as “plataformas” representam tipos de modelos de negócios que emergem da centralidade e importância do uso dos dados no século XXI. As empresas — principalmente as de tecnologia — se reorganizaram internamente com o objetivo de extrair, acumular e se utilizar de quantidades de dados cada vez maiores, em um movimento com tendências monopolísticas. As plataformas se manifestam de diversas formas e oferecem diferentes tipos de serviços, mas, em sua forma mais básica, “plataformas são infraestruturas digitais que permitem que dois ou mais grupos interajam.” (SRNICEK, 2016, posição 395, tradução nossa³). Dessa forma, a empresa Uber é uma mediadora entre motoristas e pessoas que buscam por uma carona; a Airbnb conecta possíveis hóspedes a pessoas com um espaço disponível; e a Amazon conecta vendedores a clientes em potencial.

As plataformas digitais funcionam não somente como uma forma de oferecer produtos e serviços e lucrar a partir de cada transação entre usuários, mas também como forma de angariar dados sobre tais usuários e transações. É nesse momento em que a tendência monopolística particular ao modelo de negócios da plataforma se revela: quanto mais usuários presentes, quanto mais transações, interações e atividades ocorrem dentro de uma mesma plataforma, progressivamente maior é a quantidade de dados extraídos a partir de todos esses processos. Esse fenômeno é uma consequência do chamado efeito de rede criado nas plataformas: quanto mais pessoas utilizam uma plataforma, maior é o valor conferido a ela, já que plataformas dependem de usuários para que possam interagir entre si (BELLEFLAME; PEITZ, 2021). Consequentemente, quão maior é a quantidade de dados extraídos, mais valiosos eles se tornam e maior é a capacidade das empresas de gerarem lucro a partir desses dados, seja simplesmente vendendo-os para anunciantes ou analisando-os para a otimização de seus próprios processos. Isso, por sua vez, permite que as empresas se expandam, cresçam seus sistemas e empreguem estratégias para assimilar outras plataformas ou asfixiá-las ao copiar as mesmas características em suas próprias plataformas. Esse processo tende a continuar em um ciclo vicioso no qual mais dados incorrem em mais atividade e vice-versa.

A tendência ao crescimento contínuo é facilitada pelo fato de que algumas dessas empresas deliberadamente reduzem suas posses fixas e as mantêm em um tamanho mínimo. Isso está longe de ser incidental: faz parte da estratégia dessas corporações. Para crescer, a Uber não precisa comprar novos carros, a Airbnb não precisa construir novos

³ No original: platforms are digital infrastructures that enable two or more groups to interact.

quartos e o Google ou o Facebook (sic) não necessitam construir indústrias. Para garantir um crescimento acelerado e contínuo, muitas empresas precisam apenas aumentar suas capacidades de fornecer serviços digitais e guardar os dados extraídos. Isso significa, geralmente, aumentar a quantidade de servidores da empresa, um serviço que muitas vezes pode ser terceirizado.

Outra forma de garantir o crescimento e a criação de efeitos de rede nas plataformas são os subsídios cruzados, prática em que certas áreas de uma empresa reduzem o valor final de um produto ou serviço para atrair consumidores, enquanto as rendas de outras áreas da empresa compensam o prejuízo. A decisão de qual área de uma plataforma deve ser subsidiada não é necessariamente influenciada por uma grande quantidade de usuários, mas sim por sua capacidade de criar um efeito de rede sobre outras áreas (BELLEFLAME; PEITZ, 2021). Exemplos da prática de subsídio podem facilmente ser encontrados no ecossistema dos jogos digitais. Após seu desenvolvimento, unidades do console Xbox foram vendidas a preço de custo, o que ocasionou em um prejuízo de \$4 bilhões ao longo dos próximos 4 anos após o lançamento do console para a Microsoft's Home and Entertainment Group (BELLEFLAME; PEITZ, 2021). Como os jogadores eram o grupo de usuários que mais criaria efeito de rede para a plataforma Xbox, esse foi o grupo escolhido para ser subsidiado. Esse prejuízo calculado foi tomado em nome da missão de fazer crescer a presença de mercado da marca Xbox, que historicamente sempre vendeu menos consoles que sua concorrente Sony (KAIN, 2020), e garantir que jogadores usassem softwares relacionados à Microsoft e participassem de programas de assinatura.

Para os economistas Belleflame e Peitz (2021), ao usarem os serviços de uma plataforma, usuários se beneficiam de um ambiente organizado que seria impossível de ser criado de forma independente, por serem complexos e técnicos. A definição de “plataforma” dos autores se aproxima da de Srnicek, mas adiciona uma relevante característica: “uma plataforma pode ser entendida em linhas gerais como uma entidade que possibilita interações entre usuários de forma a *gerar valor* a partir dessas interações” (2021, p. 10, tradução e grifo nossos⁴). A geração de valor citada pode se referir ao potencial benefício que usuários ganham ao se utilizar da plataforma, mas também indica o ganho monetário da empresa que a administra, já que ela gera renda e dados a partir dos usuários e de suas interações. Para os autores, outra característica das plataformas é o gerenciamento ativo dos efeitos de rede criados dentro dela. Não basta que a plataforma proporcione o ambiente interacional, ela também deve ativamente administrar as interações internas, de forma a garantir a contínua geração de valor.

⁴ No original: A platform can be roughly seen as an entity that enables interactions between users so as to generate value from these interactions

Durante o processo de administração ativa e constante das ações dos usuários nas plataformas, elas acabam por reestruturar a forma como as sociedades são organizadas (VAN DIJCK; POELL; DE WALL, 2018). Em nosso atual cenário as empresas de tecnologia figuram entre as mais valiosas do mundo (TAN, 2022) e acumulam quantidades bilionárias de capital (SRNICEK, 2016) enquanto estabelecem um discurso de que seus serviços beneficiam a sociedade, mas

a criação de valor público para o bem comum é geralmente confundida com a criação de valor econômico para um conjunto indeterminado de interesses públicos e privados. Plataformas possuídas e operadas por corporações geralmente declaram que seus serviços online beneficiam “o público” em geral, sem especificar seus próprios interesses. (VAN DIJCK; POELL; DE WALL, 2018, p. 23, tradução nossa⁵)

É importante entender os objetivos e as agendas operadas pelas empresas que gerenciam as plataformas e não se prender ao seu discurso de “agentes do bem comum”. Plataformas digitais podem se posicionar no mercado como “*bottom-up*” ou “descentralizadas”, mas suas ações e design sempre refletem os modelos de negócio planejados pelas corporações que as administram (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018). Dentre as inúmeras estratégias possíveis para geração de renda a partir das plataformas, a que mais se destaca talvez seja a mais contraintuitiva: o oferecimento de serviços gratuitos. Muitos dos serviços ofertados pela Google e Facebook (sic) não requerem pagamento por parte de seus usuários, mas isso não as impede de estarem entre as empresas mais valiosas do mundo. A resposta para esse aparente paradoxo volta nosso olhar novamente para os dados. O que efetivamente acontece dentro dessas plataformas é que usuários estão negociando suas informações pessoais em troca da conveniência de certos serviços e produtos (SCHNEIER, 2015; VAN DIJCK; POELL; DE WALL, 2018).

A extração e acúmulo dos dados de seus usuários, aliados a outros fatores, permitiram que certas plataformas atingissem um estado de fundamental importância para o funcionamento do atual ecossistema social. Essas plataformas, categorizadas como infraestruturais (VAN DIJCK; POELL; DE WALL, 2018), dominam o ambiente digital e possibilitam que outras plataformas — categorizadas como setoriais — construam seus serviços a partir delas. Dessa forma, a Uber e a Airbnb se utilizam dos serviços de geolocalização oferecidos pela Google; inúmeras empresas de diversos tamanhos veiculam seus anúncios através da Facebook Ads e muitos serviços contratam a Amazon Web Services para suas demandas de computação em nuvem e armazenamento de dados. O que

⁵ No original: the creation of public value toward the common good is often confused with the creation of economic value serving a nondescript amalgam of private and public interests. Corporately owned and operated platforms often claim their online services benefit “the public” in general, without specifying their own interest

é importante de ser observado no contexto das plataformas infraestruturais é que, apesar de historicamente a construção da infraestrutura social estar relacionada a parcerias público-privadas, atualmente a maior parte do espaço digital no Ocidente é privatizado (VAN DIJCK; POELL; DE WALL, 2018).

As plataformas setoriais, por sua vez, são caracterizadas por conectarem produtos ou serviços a seus consumidores. Elas se integram aos sistemas ofertados pelas plataformas infraestruturais para garantir o seu funcionamento. Apesar de seu caráter “oposto” ao papel de infraestrutural, são as plataformas setoriais que mais alteram contextos locais em médio e curto prazo. A empresa Uber e sua plataforma, por exemplo, vêm mudando não só a forma como pessoas se locomovem, mas também como empresas e governos categorizam o que seria ou não um emprego. Enquanto motoristas de aplicativos enfrentam a constante precarização, no ano de 2015 a empresa passa a investir em carros autônomos, que dispensam a necessidade de motoristas humanos, apenas para desistir do investimento 5 anos depois (MARSHALL, 2020). No Brasil, a empresa iFood mudou o mercado de bares e restaurantes, se tornando responsável por mais de 80% das vendas de delivery em aplicativos, tudo isso sem gerar lucro para seus investidores (ABRASEL, 2022). Em Amsterdam, a presença de anfitriões do aplicativo Airbnb fez os preços dos imóveis dispararem, já que donos de casas eram estimulados a alugarem seus quartos desocupados para turistas ao invés de cidadãos da cidade. Além disso, o crescimento repentino da quantidade de turistas levantou questões sobre segurança, pagamento de impostos e valor público (VAN DIJCK; POELL; DE WALL, 2018).

A constante extração de dados dos usuários digitais também levanta sérias questões sobre privacidade — ou, mais precisamente, a falta dela. Apesar de antigas declarações contra a necessidade de privacidade feitas por funcionários de alto escalão de empresas de tecnologia, como a de Eric Schmidt, da Google, que declarou que se alguém deseja esconder algo, não o devia estar fazendo em primeiro lugar (HUFFPOST, 2010), ou a de Mark Zuckerberg, afirmando que a privacidade não é mais uma norma social (JOHNSON, 2010), discussões sobre privacidade nos ambientes online continuam, até hoje, como um tópico importante na sociedade das plataformas.

O advento da publicidade direcionada, alimentada pela atividade online e possibilitada através dos algoritmos, deu o pontapé inicial para o surgimento de um capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2019). Quando a Google descobriu que o excedente dos dados comportamentais de seus usuários poderia ser usado para lhes direcionar anúncios, ela conseguiu transformar um subproduto anteriormente sem valor — os dados excedentes — em uma espécie de “superávit comportamental” (ZUBOFF, 2019),

extremamente lucrativo, mudando a forma como os dados das atividades online são encarados pelo capitalismo até hoje. O capitalismo de vigilância “se apropria de experiências privadas para traduzi-las em commodities fungíveis” (ZUBOFF, 2019, p. 11, tradução nossa⁶).

Quando outras empresas passaram a perceber o valor dos dados obtidos de atividades online, aquilo que era antes um subproduto de outros processos digitais passou para o centro da cena. O principal propósito do oferecimento de produtos e serviços tornou-se a deliberada obtenção e posterior uso dos dados. Dessa forma, estabeleceu-se o atual contexto de constante vigilância e quebra de privacidade por parte das plataformas e suas empresas, que se encontram ora sim ora não quase-legalmente protegidas atrás de contratos de usuários e termos de uso com os quais nós concordamos antes de usar seus produtos e sistemas. Não se trata, no entanto, de um fim da privacidade, mas apenas de sua redistribuição, “na medida em que direitos de decisão sobre a privacidade são apropriados em nome do capital de vigilância.” (ZUBOFF, 2019, p. 15, tradução nossa⁷). Dessa forma, o capitalismo de vigilância é entendido, para os propósitos deste trabalho, como um braço do capitalismo de plataforma, possibilitado por este, mesmo que ambos os fenômenos orbitem entre si e compartilhem de grande importância no contexto contemporâneo. A privacidade e as experiências humanas entram na lógica de acúmulo do capital, considerando que as práticas de vigilância se relacionam diretamente com as propostas de modelo de negócios de muitas plataformas, discutidas anteriormente.

Em populações marginalizadas, como, por exemplo, no Sul Global, os efeitos do capitalismo de vigilância são exacerbados. Plataformas podem facilmente integrar-se em países de capitalismo menos desenvolvido, aproveitando-se das lacunas em infraestrutura comuns nas regiões periféricas mundiais e de regimes legais, trabalhistas ou fiscais mais frouxos. Algumas das principais manifestações do capitalismo de vigilância se dão no âmbito da segurança pública. A suposta cultura de neutralidade atribuída aos algoritmos, porém, esconde potenciais vieses de confirmação que, em última instância, acabam punindo comunidades já marginalizadas. (GARCIA, GONTIJO, 2021). Em 2016, a agência de notícias *ProPublica* avaliou casos de racismo algorítmico (DA SILVA, 2020) em softwares de avaliação de risco de reincidência usado em cortes nos Estados Unidos (ANGWIN et al., 2016). Já a plataforma de notícias openDemocracy descreve o uso do software PredPol, que usa dados de geolocalização de crimes cometidos anteriormente para prever onde novos crimes serão cometidos (RENTON, 2022). A consequência direta do uso de programas como esse é o aumento de patrulhamento e de forças policiais em

⁶ No original: lays claim to private experience for translation into fungible commodities.

⁷ No original: as decision rights over privacy are claimed for surveillance capital.

comunidades já fragilizadas e com altos índices de criminalidade, enquanto outros tipos de vizinhança, nas quais o crime pode estar presente de outras formas, a falta de policiamento incorre no não-registro de crimes. Esses dados por sua vez são retroalimentados nos algoritmos, que perpetuam justamente os vieses que clamam não possuir e reproduzem os problemas que, em teoria, foram criados para resolver.

O avanço das técnicas do capitalismo de plataforma e de vigilância em países menos desenvolvidos continuará trazendo seus principais efeitos para pessoas em situações marginalizadas. Para essas pessoas, fornecer seus dados pessoais em troca de acesso a serviços estruturais básicos, como transporte ou educação, se tratará menos de uma escolha e mais de uma questão de sobrevivência (EVANGELISTA, 2017).

Tematicamente longe do universo da segurança pública, a algoritmização e a extração de dados também causaram profundos impactos no âmbito do entretenimento e da produção cultural. Por um lado, plataformas como YouTube, TikTok, Instagram, Steam e outras proporcionam que criadores ao redor do mundo possam compartilhar suas criações online de formas antes impossíveis, principalmente para aqueles criadores de realidades menos privilegiadas. Do outro lado, a massiva quantidade de produtos midiáticos lançados na internet — lembrando das estatísticas sobre a quantidade de dados produzidos diariamente — criou uma profusão de conteúdo virtualmente impossível de ser navegada sem a ajuda de algoritmos (GILLESPIE, 2018).

Plataformas de exibição de conteúdo se utilizam dos dados que obtêm de seus usuários para afinar seus sistemas de recomendação e, assim, garantir um fluxo potencialmente contínuo de consumo por parte de quem as usa. Se um usuário demonstra interesse em determinado assunto, gênero musical ou ator, o algoritmo empregado irá se lembrar dessa preferência e alterar seus resultados de acordo, mostrando mais daquele conteúdo preferido. O grande objetivo é manter as pessoas engajadas dentro da mesma plataforma pela maior quantidade de tempo possível. O vice-presidente de inovação de produto da Netflix, Todd Yellin, explica que o sistema de recomendações da plataforma funciona a partir de três fundamentos: algoritmos baseados em *machine learning*, dados coletados de seus espectadores e um time de “etiquetadores”, que assistem às infintas horas de conteúdo no catálogo da empresa e adequadamente põem *tags* nas obras de acordo com os tipos de cena, elenco, ambientações, temáticas e arquétipos de personagens. Os algoritmos partem, então, para fazer uma referência cruzada entre as *tags* do conteúdo e as preferências pessoais de cada usuário para determinar o que essa pessoa gostaria de assistir a seguir. O nível de importância de cada um desses elementos é determinado independentemente pelos algoritmos (PLUMMER, 2017).

Em outra área do universo do entretenimento, a empresa Spotify transformou seu aplicativo homônimo no reprodutor de música mais utilizado no mundo enquanto, simultaneamente, “salvava” a indústria fonográfica de seu fim (OVIDE, 2021; WOLFSON, 2018; COLLINSON, 2022). O aplicativo é capaz de guardar informações como, por exemplo, quais músicas são reproduzidas, claro, mas também sabe o tempo reproduzido de cada música, o horário em que músicas são reproduzidas, quais faixas são selecionadas antes ou depois das outras, a localização do dispositivo e informações pessoais dos usuários, como nacionalidade, idade, endereço e outras (BURGESS, 2021). Spotify se baseia fortemente em sua coleta de dados para oferecer seus serviços, sejam eles o direcionamento de anúncios ou a recomendação de músicas. Mesmo os usuários *premium*, que pagam pelo serviço para se livrarem dos anúncios, têm seus dados coletados para afinar o funcionamento dos algoritmos, já que uma maior quantidade de informação é sempre mais valiosa.

O que o presente amalgamento do entretenimento com a algoritmização e a dataficação indica é que estes terão cada vez mais controle sobre quais conteúdos se tornarão populares e, principalmente, quais conteúdos serão criados e verão a luz do dia, considerando que cada vez mais os dados coletados podem ser usados para indicar quais tipos de produtos valem a pena ser produzidos. É importante lembrar que a “neutralidade” dos algoritmos e sistemas de captura de dados são interrompidas no momento em que esbarram com os interesses dos modelos de negócios das plataformas. Portanto, produtos culturais potencializados pela recomendação algorítmica não o são em nome de uma análise maquínica objetiva de sua qualidade, mas sim em nome dos interesses comerciais das empresas que administram essas plataformas⁸.

Um exemplo desse processo é a série *House of Cards*, lançada como primeira produção original da Netflix. A empresa tomou a decisão de produzir a série com base em dados de 33 milhões de espectadores que demonstravam interesse em *tags* associadas ao conceito da série (SMITH; TELANG, 2016). A confiança da Netflix em seus dados coletados e em sua imensa amostragem permitiu a tomada de uma decisão não convencional para os padrões da TV tradicional. É seguro dizer que, cada vez mais, decisões baseadas em algoritmos e extração automatizada de dados de usuários possuem importante relevância em determinar o que nós iremos assistir, ouvir e jogar.

Um elemento pervasivo dentro do processo de criação de conteúdo para o entretenimento plataformizado é o trabalho. O trabalho plataformizado se faz presente

⁸ O aspecto comercial de seleção de conteúdo, certamente, não é exclusivo do entretenimento algorítmico, já que desde sempre redes de TV tomam suas decisões de conteúdo com base em quais acreditam que irão lucrar mais. A grande diferença aqui é que, com os algoritmos, os elementos de tomada de decisão cada vez mais saem de mãos humanas e se aproximam das caixas-pretas alimentadas por dados.

desde a produção do conteúdo em si, passando pelo desenvolvimento dos algoritmos e até sua constante etiquetagem e distribuição digital. A próxima seção deste capítulo se dedicará a explorar as características do trabalho no contexto do capitalismo de plataforma.

2.2 Trabalho plataformizado

Associada à presença das plataformas e estabelecendo-se como uma importante característica da atual fase do capitalismo estão a precarização do trabalho e sua constante aproximação ao universo do lazer. Essas duas tendências andam de mãos dadas e potencializam os efeitos uma da outra. Esta seção explora as principais características do trabalho na sociedade de plataforma e no sistema neoliberal como um todo.

Um dos principais dogmas da filosofia neoliberal a moldar a forma como a sociedade enxerga o trabalho atualmente é a ideia do “empreendedor de si mesmo”, que consequentemente fornece as bases de argumentação para a flexibilização de diversos direitos dos trabalhadores. Rafael Grohmann chama de “plataformização do trabalho” o atual processo de imbricamento das plataformas com o labor e suas consequências na sociedade. “[A] plataformização do trabalho combina duas dimensões essenciais: a dataficação das atividades do trabalho e a totalização da racionalidade neoliberal.” (GROHMANN, 2020, p. 114). Além dessas duas características, o autor também destaca a gestão algorítmica como um importante fator. Gestão algorítmica é o ato de substituir gestores humanos por *softwares* capazes de calcular as decisões mais otimizadas para o alcance dos objetivos da empresa. Possibilitada pelo surgimento das plataformas, esse novo tipo de gestão dá aos *softwares* a responsabilidade de determinar horários de trabalho, escalas de funcionários e outros tipos de decisão anteriormente dedicadas a um funcionário humano. Enquanto todo tipo de trabalho está potencialmente à mercê da gestão algorítmica, os trabalhadores plataformizados são os mais diretamente afetados, já que seu trabalho é diretamente determinado pelos ditames de um aplicativo. Para Möhlmann e Zalmanson (*apud* GROHMANN, 2020) a gestão algorítmica do trabalho é marcada por uma constante vigilância, acompanhada de medição de rendimento e de uma automatização de decisões, que, ao deixarem de partir de um gerente humano e passarem a vir de um *software*, se tornam menos transparentes, já que trabalhadores não têm acesso direto às caixas-pretas dos algorítmicos que tomam as decisões de quando, como e o quanto eles têm de trabalhar.

Além dos pontos levantados por Möhlmann e Zalmanson, Grohmann aponta mais três fatores como importantes para o entendimento da gestão algorítmica do trabalho. Primeiramente, o impacto que essas plataformas possuem, devido ao seu tamanho, em forças de trabalho e legislações locais. Em sua atuação global do centro do capitalismo em

direção às suas periferias, plataformas encontram um terreno fértil em países do Sul Global, onde as relações de trabalho nunca alcançaram o patamar idealizado no ápice do modernismo (HOCHULI, 2021). Em segundo lugar, o autor destaca a gamificação do trabalho como uma estratégia de gerenciamento possibilitada pelos algoritmos. A gamificação se utiliza de elementos dos videogames e os incorpora ao trabalho, seja como forma de recompensa ou como forma de punição por desempenho abaixo da média. A medição desses desempenhos, por sua vez, advém diretamente da vigilância e dataficação do trabalho, possibilitados pelos algoritmos. Por último, e talvez mais importante, o autor ressalta

a intensificação das sensações de autonomia/independência no trabalho em meio ao fato de o chefe ser supostamente um ‘sistema’, não ‘um aplicativo’, não uma ‘pessoa’, isto é, o imaginário algorítmico de neutralidade e objetividade atua em forte relação com o ideário neoliberal de empreendedorismo[...]. (GROHMANN, 2020, p. 115)

O “ideário neoliberal de empreendedorismo”, como colocado por Grohmann, é parte essencial do capitalismo de plataforma. Em oposição a uma sociedade modernista anterior que exercia poder através da negação e da disciplina, na contemporaneidade o poder se manifesta através da ilusão da liberdade (HAN, 2020). Isso pode ser encontrado em discursos que colocam o trabalhador como o chefe de si mesmo, possuidor da liberdade de escolher como e quando quer trabalhar. Uma aceitação social ampla dessa concepção abre as portas para uma flexibilização cada vez maior do trabalho, à medida em que trabalhadores deixam de ser vistos como tais e passam a ser entendidos como empreendedores. Esse novo tipo de poder inteligente, que “não oprime a liberdade, mas a explora” (HAN, 2020, p. 27), ajuda a disseminar a ideia do trabalho — plataformizado — como um constante investimento em si mesmo e até, por vezes, um privilégio. Indivíduos passam a considerar a si mesmos como capital humano. Enquanto isso, a realidade se revela através de índices de estresse e síndrome de *burnout* — recentemente renomeada para síndrome do esgotamento profissional — atingindo níveis recorde em diferentes sociedades (GRANATO, 2021; ABRAMSOM, 2022; BERNARDO, 2019).

A imagem do trabalhador neoliberal como empreendedor de si mesmo, trazida por Grohmann como parte do ideário neoliberal na plataformização do trabalho, pode assumir duas facetas diferentes na contemporaneidade. A primeira se aproxima da ideia original, trabalhada por Foucault a partir dos conceitos de Gary Becker, de um indivíduo que toma decisões sobre sua vida de forma calculada, considerando custos-benefício e pensando na maximização da utilidade de suas decisões (CHRISTIAENS, 2019). Esse tipo de pensamento pode levar pessoas a fazerem escolhas como a de trabalhar durante o dia e

estudar durante a noite, manter diariamente dois empregos, aceitar situações precárias de trabalho ou acumular diferentes quantidades de trabalhos extra, os “bicos” ou “gigs”.

A segunda faceta está mais adaptada à noção do neoliberalismo manifestando-se como ilusão de liberdade. Tim Christiaens (2019) propõe um entendimento diferente do empreendedor de si, um que não é movido pelo cálculo racional de custo-benefício de suas decisões, mas sim pela esperança de que suas escolhas arriscadas o levarão a um patamar de conforto financeiro e realização profissional e pessoal. Esse tipo de indivíduo está mais associado ao trabalho imaterial contemporâneo e a trabalhadores da indústria criativa, que “são encorajados não somente a gerenciar seu capital humano de maneira racional, mas também a correr grandes riscos com o objetivo de adquirir sucessos inesperados” (CHRISTIAENS, 2019, p. 1, tradução nossa⁹). Essas pessoas são movidas pela “euforia de um sucesso imaginado” (McROBBIE *apud* CHRISTIAENS, 2019, p. 4, tradução nossa), em um processo que se assemelha à ideia de *hope labor*. Paradoxalmente ou não, esse tipo de empreendedor de si mesmo leva potencialmente às mesmas escolhas e efeitos do tipo anterior. Se a racionalidade neoliberal (BROWN, 2019) opera a ideia de liberdade como forma de exercer poder, como discutido por Han (2020), então a ilusão de sucesso dentro do ramo de trabalho criativo, apesar da baixa probabilidade disso acontecer, configura-se como parte dessa ilusão de liberdade.

Desempenhando um importante papel nesse contexto de ilusão de sucesso no trabalho criativo está o *hope labor* (KUEHN; CORRIGAN, 2013), um entendimento específico do trabalho criativo precarizado na era das economias digitais. Os potenciais participativos da chamada Web 2.0 e a necessidade do capitalismo digital por constante produção de conteúdo são alguns dos fatores originários do *hope labor*. Antes do cenário atual, no início dos anos 2000, Terranova contextualiza o ambiente digital como uma *gift economy* (TERRANOVA, 2000), em que usuários sentiam-se estimulados a praticar um trabalho cultural dentro da internet com base somente em uma realização pessoal e social (BARBROOK, 1998 *apud* TERRANOVA, 2000). Terranova ressalta que essa então nova *gift economy* de alta tecnologia, por mais que se baseasse na criação e troca de produtos para além de motivos financeiros, não estava separada do funcionamento capitalista no ambiente digital. Afinal, já nos anos 2000, empresas da economia digital se beneficiavam de forma essencial do trabalho não-remunerado dos entusiastas online, que constantemente produziam conteúdo para que essas corporações, que viriam a se tornar as precursoras das plataformas, mantivessem um fluxo contínuo de acesso e consumo. Nesse sentido, o cenário atual não está tão diferente daquele observado nos primórdios do milênio.

⁹ No original: are encouraged not merely to rationally manage their human capital, but also to take a leap of faith to acquire unpredictable successes.

Entusiastas, hobbistas e artistas continuam criando conteúdo e disponibilizando na internet — agora através das plataformas —, garantindo um constante fluxo de material para ser consumido digitalmente por nossos olhos e ouvidos. A principal diferença talvez resida no aspecto de esperança associado a esse tipo de trabalho digital não remunerado. Para Kuehn e Corrigan (2013), muitos desses criadores engajam em trabalho digital e cultural não-remunerado com a esperança de uma (melhor) posição empregatícia em um futuro próximo. Disseminou-se o entendimento, nos âmbitos do trabalho criativo, de que há a necessidade de exercer um trabalho gratuito durante um período de tempo para angariar fama, habilidade e/ou contatos suficientes para conquistar um concorrido emprego na indústria criativa.

O *hope labor*, portanto, pode ser caracterizado como uma ideologia (KUEHN; CORRIGAN, 2013) dentro do mais amplo cenário ideológico neoliberal. Sua principal característica é o trabalho não remunerado ou sub-remunerado no presente com a esperança de uma melhor posição no futuro, sendo a palavra-chave “esperança” essencial na construção do conceito (KUEHN; CORRIGAN, 2013). A partir de uma leitura do texto que cunhou o termo, outros elementos além do principal também podem ser encontrados como importantes na construção do conceito, como 1) uma auto-realização socialmente reconhecida, ou seja, a ideia de que pares dentro da comunidade específica daquele trabalho criativo reconhecem seu trabalho como válido e de qualidade; 2) a esperança pautada singularmente na obtenção de um emprego estável no futuro; 3) a noção de uma autonomia de decisões e autogerenciamento por parte do trabalhador, o que se relaciona diretamente com a ideia de ilusão de liberdade propagada pelo neoliberalismo, na leitura de Han (2020) e de Grohmann (2020); 4) o trabalho executado como um treinamento ou capacitação, para melhor acúmulo das habilidades e 5) a ideia de que aquela atividade não é trabalho, mas sim um hobby, lazer ou outro tipo de atividade que advém do amor ou prazer, ou seja, esse trabalho não é visto como alienado ou explorado por empresas ou chefes (KUEHN; CORRIGAN, 2013).

O inchaço da indústria criativa, com suas poucas e cobiçadas vagas e um imenso contingente de artistas desempregados e desejosos, foi em parte estimulado por políticas públicas de fomento da área, que, em meados e fim dos anos 2000, se colocava para os governos como uma ótima alternativa imaterial à decadente economia industrial no Norte Global (WRIGHT, 2018). Uma estereotipação secular dos trabalhadores criativos, associados a uma ideia de genialidade, alto individualismo, necessidade de muito treinamento, demanda por alta habilidade, autogerenciamento e a colocação de escolhas estéticas em detrimento de escolhas econômicas (BANKS, 2007; HUGHES, 2013 *apud*

WRIGHT, 2018), também contribuiu para o cenário precário para essa classe, assim como a ideia de que artistas fazem seu trabalho por amor e a normalização de uma falta de apoio por parte do estado e de outras instituições. A esperança, portanto, é um fator essencial para manter a indústria criativa funcionando e efetivamente encoraja criadores a continuarem perseguindo essa área apesar de seus efeitos mais negativos. É importante ressaltar, no entanto, que entusiastas do trabalho criativo não necessariamente trabalham cegos às desvantagens da área, mas desempenham suas atividades apesar dessas desvantagens, impulsionados pela esperança.

É possível perceber, no momento atual, um movimento em direção à expansão do *hope labor* para além do âmbito do trabalho criativo. À medida em que cada vez mais trabalhos passam a ser socialmente e politicamente categorizados como trabalho criativo, como programação e empreendedorismo, estabelece-se também a fundamentação para a precarização dessas atividades, baseada nos mesmos argumentos que motivam o cenário precário do trabalho criativo original, discutidos acima. Para McRobbie (2016 *apud* WRIGHT, 2018), o trabalhador criativo é entendido como um modelo perfeito de trabalhador para a sociedade pós-*welfare*, já que se espera deles um autogerenciamento, individualismo exacerbado e que sejam capazes de “sobreviver sem as formas de suporte (seja através do estado ou de sindicatos) que estavam disponíveis para os trabalhadores do passado recente” (WRIGHT, 2018, p. 317, tradução nossa¹⁰).

As plataformas se posicionam no pano de fundo de todo o contexto do *hope labor* e do trabalho criativo na era digital. Desde o sistema operacional usado pelos artistas, passando pelos *softwares* de criação até as redes sociais nas quais os produtos finais são divulgados e disponibilizados, as plataformas são onipresentes na economia criativa atual. Independentemente do sucesso financeiro de artistas e criadores, elas permanecem em uma posição de vantagem, pois são capazes de se beneficiar do conteúdo criado por artistas, do conteúdo consumido por usuários, dos dados obtidos através dessas operações e dos anúncios exibidos ao longo de todo esse processo. As plataformas também são essenciais para a manutenção da ideologia de *hope labor*, já que elas fornecem o principal ambiente para a auto-realização socialmente reconhecida de artistas esperançosos, considerando que é nos espaços digitais das redes sociais que trabalhadores criativos almejam criar seu reconhecimento. Dessa forma se desenha o duplo papel desempenhado pelas plataformas, já que elas atuam tanto como beneficiárias do trabalho não-remunerado originado do *hope labor* quanto como fornecedoras de um ambiente digital que propicia e mantém o andamento dessa ideologia.

¹⁰ No original: to survive without the forms of support (through state or trades unions) available to the workers of the recent past.

Em paralelo ao trabalho não-remunerado realizado com a esperança da obtenção de uma situação melhor para si, há também o trabalho invisibilizado ou o trabalho não-remunerado realizado sem mesmo a consciência de se estar trabalhando. O capitalismo plataformizado investe cada vez mais esforço em nos convencer que certos tipos de trabalho sendo realizado não são, de fato, trabalho. Os produtos imateriais que movimentam a economia digital em certas plataformas, como vídeos para o YouTube e *reviews* de restaurantes para o Yelp, nem sempre são entendidos como fruto de um trabalho, mas sim como atividades de lazer associadas à auto-realização criativa. Esse tipo de produção, no entanto, entendidas por Terranova (2000) como parte de uma *gift economy* e por Kuehn e Corrigan (2013) como produtos do *hope labor*, se diferenciam de um outro tipo de trabalho realizado dentro das plataformas, ainda mais invisível e pervasivo: a heteromação.

Termo cunhado por Hamid Ekbia e Bonnie Nardi (2017) em seu livro homônimo, a heteromação (do inglês *heteromation*) simplesmente diz respeito à “extração de valor econômico de trabalho não remunerado ou mau remunerado em redes mediadas por computador.” (p. 1, tradução nossa¹¹). A despeito do discurso tecnológico de independência das recentes inteligências artificiais (IA) e de sua capacidade de substituir o trabalho humano, na prática, algoritmos e IAs necessitam de um constante trabalho humano de correção e ajuste (GRAY; SURI, 2019; EKBIA; NARDI, 2017). Isso é a heteromação, um trabalho de co-dependência entre humanos e máquinas, onde humanos são incumbidos com atividades repetitivas de menor importância percebida, mas fundamentais para o funcionamento das máquinas e sem as quais os sistemas não seriam capazes de operar. Esse tipo de trabalho geralmente é precarizado, distribuído ao redor do mundo, não regulado e baseado em tarefas: trabalhadores são remunerados de acordo com a quantidade de serviços que conseguem executar, sem um limite de horas de trabalho ou quaisquer outras seguranças que um emprego regulado poderia oferecer (BRAZ, 2021).

Para além da heteromação praticada por trabalhadores que estão cientes de estarem engajando em trabalho, associando-se a plataformas como a Amazon Mechanical Turk (AMT) para serem remunerados em troca da execução de atividades de limpeza de dados, a heteromação também se manifesta nas atividades do cotidiano que se dão nos ambientes digitais. Sempre que marcamos uma publicação como útil, favoritamos uma música ou preenchemos um reCAPTCHA, estamos empreendendo um trabalho de informar para aquelas máquinas o que são aqueles dados e quais são mais relevantes. Esse trabalho de refino e ajuste permite, por sua vez, que IAs e algoritmos sejam mais eficientes em nos

¹¹ No original: extraction of economic value from low-cost or free labor in computer-mediated networks. It is, in essence, a new logic of capital accumulation.

recomendar ainda mais conteúdo. O que pode passar despercebido nesse processo é o fato de nosso esforço, entendido como ações de interação comuns dentro das plataformas, estão favorecendo e ajudando as empresas dessas plataformas a lucrarem.

Poderia-se argumentar que o trabalho invisível praticado por usuários, por exemplo, nas redes sociais, é feito em troca do direito de usufruir dessas mesmas redes, que geralmente não exigem pagamentos ou taxas de inscrição. A falha dessa argumentação desdobra-se em dois caminhos. Primeiro, o fato de que mesmo serviços de assinatura que exigem um pagamento mensal, como plataformas de *streaming*, se beneficiam da heteromação praticada por seus usuários, já que estes são estimulados a marcar suas obras favoritas, criar playlists, escrever *reviews* ou deixar comentários. Em segundo lugar, e mais importante, há o fato de que a extração de valor econômico a partir do trabalho de heteromação é invisibilizado, portanto, usuários que estão efetivamente gerando valor econômico para os donos das empresas de plataforma muitas vezes nem mesmo estão cientes dessa realidade, o que os impede de tomar uma decisão informada sobre trocar ou não sua força de trabalho pelo direito de usufruir das benesses das redes sociais e outras plataformas.

Ekbia e Nardi (2017) listam três principais atributos do discurso sobre a heteromação responsáveis por torná-lo tão poderoso e potencialmente perigoso: lógica de inclusão, engajamento ativo e controle invisível (p. 39). O atributo de invisibilidade do controle diz respeito ao disfarce do trabalho na forma de lazer, produto ou serviço, enquanto as lógicas de engajamento ativo projetadas como parte dos sistemas mantém usuários suficientemente interessados em um uso contínuo daquele produto, além de investidos na produção de conteúdo para a constante alimentação dos sistemas. Esse processo, por sua vez, é englobado por um discurso de inclusão e literacia digital que estimula e justifica o treinamento dos consumidores para o autosserviço, seja em terminais de auto *check-in* em aeroportos, compras em sites online, terminais automáticos de venda, caixas eletrônicos de bancos e outros serviços em que o treinamento digital de usuários é capaz de substituir trabalhadores humanos por uma máquina.

Uma grande aliada da heteromação é a gamificação no contexto do capitalismo de plataforma. O jogo e o lazer foram historicamente entendidos como fundamentalmente opostos ao trabalho, por suas características de liberdade e improdutividade (HUIZINGA, 2012; SICART, 2021), mas na busca capitalista por maneiras novas de explorar o trabalho, os elementos dos jogos e a atividade lúdica em si são encontrados como ferramentas úteis para disfarçar como jogo aquilo que é de fato trabalho, considerando a propensão dos jogos às regras e ao controle (SICART, 2021). A dataficação do trabalho, proporcionada por

fatores já discutidos anteriormente, facilitou o desenvolvimento de programas que usam conceitos dos jogos digitais, como pontuações, níveis e recompensas, com o objetivo de vigiar trabalhadores e otimizar a extração de valor a partir de seu trabalho. É o casamento perfeito entre gestão algorítmica e invisibilização do labor.

Miguel Sicart (2021) classifica o trabalho gamificado nas plataformas como uma forma de heteromação. O autor utiliza o exemplo do jogo *Quick, Draw!* (Google, 2016), disponibilizado pela Google em 2017, para demonstrar como a atividade inofensiva de jogar era utilizada, na verdade, para etiquetar imagens e gerar dados para serem potencialmente utilizados em inteligências artificiais e sistemas de *machine learning*, sem que os jogadores tivessem a noção de estar praticando esse tipo de trabalho (p. 10). No jogo Quick, Draw! jogadores recebem o comando para desenhar qualquer coisa em um quadro digital dentro de alguns segundos, enquanto uma inteligência artificial tenta identificar o desenho o mais rápido possível. Esse exemplo ilustra muito bem dois importantes fatores do uso da gamificação dentro do capitalismo de plataforma. O primeiro é a sua capacidade de esconder a atividade de trabalho sob o disfarce do entretenimento. O segundo é a facilidade com que a atividade do jogo pode ser datificada e transformada em uma forma de extrair valor do trabalho.

Exemplos do uso da gamificação também podem ser encontrados em ambientes de emprego regulado e remunerado. Trabalhadores de galpões da Amazon em certos países do Norte Global, apesar das péssimas condições de trabalho que levam ao esgotamento físico e psicológico (DELFANTI, 2021), são encorajados pela empresa a se divertir durante seu trabalho monótono de verificar e separar encomendas. A vontade de transformar o trabalho em um processo divertido é indicada pela implementação de sistemas de jogo para gerar competição entre trabalhadores e transformar em pontos as tarefas completadas (SICART, 2021; DELFANTI, 2021). Sistemas de gamificação também penetraram no âmbito do trabalho em aplicativos. Trabalhadores do aplicativo de entregas Rappi podem se engajar em jogos simples integrados no próprio *app*. Vencer em campeonatos e conquistar altas pontuações nestes jogos podem garantir o ganho de ‘rappicréditos’, a moeda virtual usada somente no aplicativo para garantir descontos ou ativar promoções (MUSSA; FALCÃO; MACEDO, 2020). O principal objetivo da plataforma ao integrar os jogos é capturar a atenção de usuários e mantê-los dentro do aplicativo pelo maior tempo possível, mas o efeito colateral desse processo é o avanço da instrumentalização do jogo pelo capital e a maior aproximação entre o lazer e o trabalho (SICART, 2021; MUSSA; FALCÃO; MACEDO, 2020).

Esta seção discutiu diferentes facetas do trabalho dentro do contexto do capitalismo de plataforma, desde a precarização trazida pelo trabalho em aplicativos, passando pelo trabalho de esperança e desvalorização do trabalho criativo, até o tipo de trabalho invisível e invisibilizado praticado inadvertidamente por usuários em plataformas digitais, bem como a gamificação e seus efeitos no trabalho. As próximas seções se dedicam a discutir o avanço da plataforma sobre o universo dos jogos e suas consequências. Iniciando pelos jogos digitais, argumentavelmente os primeiros a serem afetados pelas consequências da sociedade de plataforma, o texto trata em seguida da categoria de jogos que mais interessa para esta pesquisa: os jogos analógicos de interpretação de papéis (RPGs).

2.3 Videogames e a plataformização

Teóricos ao longo da história do estudo dos jogos e do jogo (*play*) tenderam a ressaltar os aspectos positivos desses dois conceitos ou a se debruçar sobre seus atributos meramente técnicos. Huizinga (2012) e Caillois (2017), como já discutido, classicamente associaram à atividade características de liberdade e voluntariedade, estabelecendo um entendimento acadêmico sobre o jogo como algo necessariamente oposto ao trabalho, já que seria improdutivo e reservado ao âmbito do lazer. Huizinga, em especial, descreve o jogo como uma atividade autotélica, isto é, com um fim em si mesma, sem nenhum propósito para além da atividade em si. Na área da psicologia e aprendizagem, Piaget (1994) defendia o jogo como atividade moralizante para crianças e com o potencial para ensiná-las o virtuoso respeito à lei, considerando a manutenção de regras em um ambiente separado operado majoritariamente pelas próprias crianças. Essas linhas clássicas de entendimento propagaram a ideia do jogo como algo inerentemente positivo, totalmente destacado de seus potenciais mais nocivos. Correspondências entre o jogo e acontecimentos menos que positivos ou involuntários, como o trabalho produtivo ou a dor, são comumente ignoradas ou entendidas como exceções.

No entanto, se a atividade de jogar foi, em tempos passados, entendida como um exercício de livre vontade e se a liberdade era entendida como um elemento intrínseco ao jogo, no contexto contemporâneo do capitalismo tardio essa associação não pode mais ser considerada uma premissa (MUSSA; FALCÃO; MACEDO, 2020), tendo em vista os efeitos do processo de plataformização sobre o universo do lazer. É necessário se voltar para os jogos e a atividade de jogo e analisá-los sob uma lente que considera a plataformização da sociedade para compreender como os processos em movimento no capitalismo contemporâneo não só instrumentalizam os jogos, mas também mudam nossas formas de jogar. Este é precisamente o objetivo desta e da próxima seção. Iniciando a partir

de uma análise do contexto geral em torno dos *videogames*, âmbito dos jogos argumentavelmente mais afetado pelos efeitos da plataformização, este texto se volta em seguida para os jogos de tabuleiro e RPGs, áreas dos jogos cada vez mais afetadas pelo avanço das plataformas.

Para este trabalho, quatro temáticas se destacam na discussão sobre jogos digitais e plataformização: 1) o jogo (*play*) contemporâneo e sua transformação em trabalho, principalmente a partir da dataficação, já brevemente contemplada na discussão sobre gamificação; 2) a intensificação de atividades de monetização dos jogos, em especial jogos anunciados como gratuitos; 3) a comercialização dos jogos dentro e a partir de plataformas e suas associações com o efeito de rede e 4) os efeitos do *streaming* sobre a atividade de jogo e o próprio desenvolvimento dos jogos digitais.

A discussão sobre trabalho dentro dos jogos digitais é anterior mesmo à discussão sobre plataformização e à criação do termo capitalismo de plataforma, porém, os movimentos econômicos que tendem a aprofundar a transformação dos jogos em ferramentas para o capital tornam necessária a atualização dessa discussão a fim de entender quais novas técnicas estão sendo possibilitadas a partir do funcionamento das plataformas. Nick Yee (2006) já chamava a atenção para a semelhança entre as atividades executadas por jogadores em MMORPGs e a atividade de trabalho. O autor cita o MMORPG *Star Wars Galaxies* (Electronic Arts, 2003) e descreve como jogadores eram estimulados a organizar e gerenciar cadeias de produção com o objetivo de ganhar riquezas em jogo para financiar suas outras atividades, como guerras e equipamentos. Nesse jogo, em que boa parte da economia interna era movimentada pelos próprios jogadores, usuários encarnavam o papel de industrialistas, mineradores, farmacêuticos e outras linhas de trabalho para criar produtos primários ou finais para o consumo de outros jogadores. Para Yee (2006), mesmo nesta época os jogos já funcionavam como plataformas de treinamento para o trabalho, treinando pessoas para a formação de trabalhadores melhores.

Cobertas sob um discurso de diversão, as atividades executadas por jogadores dentro do jogo se assemelhavam às atividades que funcionários executam, de fato, em forma de trabalho. Analisar oportunidades de negócio, desenhar cadeias de produção, definir rotas de transporte e calcular lucros e prejuízos, todas essas atividades são exercidas por pessoas na forma de trabalho, no entanto, para os usuários de *Star Wars Galaxies*, elas constituíam o jogo. Chama atenção também o fato de que, em muitos jogos de MMORPG, como também era o caso em *Star Wars Galaxies*, além de comprar o jogo pelo seu valor inicial, usuários que desejassem jogar continuamente deveriam pagar uma taxa mensal à empresa do jogo. Isso caracteriza efetivamente uma situação existente até hoje, na qual

jogadores constantemente pagam pelo direito de efetuar atividades semelhantes ao trabalho dentro dos jogos (YEE, 2006).

É importante ressaltar, no entanto, que enquanto o exemplo anterior versa sobre uma atividade de jogo semelhante ao trabalho, executada dentro dos jogos e tendo como objetivo final, por parte dos jogadores, o próprio jogo, o avanço da plataformação permitiu a captura do valor de trabalho dos jogadores para objetivos externos ao universo do jogo e à atividade do jogar, nomeadamente, o ganho financeiro fora do jogo, o que inclui a otimização do lucro das próprias empresas criadoras dos jogos, elas mesmas transformadas em plataformas. Um dos principais exemplos do jogo enquanto trabalho em jogos digitais com o objetivo de ganho financeiro é o do *gold farming*.

O termo *gold farming*, por vezes aportuguesado como “farmor”, diz respeito a atividades repetitivas executadas em jogos digitais, geralmente online, com o objetivo de gerar mais recursos para um jogador (FALCÃO; MARQUES; MUSSA, 2020; FALCÃO, 2010). Esses recursos podem se traduzir no jogo como moedas, pontos de experiência, itens valiosos e outros, fazendo com que a atividade muitas vezes se configure como essencial para o avanço em alguns jogos. Enquanto muitos jogadores se encarregam de suas próprias atividades de *gold farming*, é possível “terceirizar” o serviço com a contratação de jogadores que se dedicam a “farmor” para outras pessoas. Esses *gold farmers* “profissionais” geralmente se encontram na China ou em países do Sul Global, enfrentam situações precárias de trabalho comparáveis ao trabalho industrial, e, apesar de executarem suas atividades a partir dos jogos, não podem ser entendidos como trabalhadores das empresas desenvolvedoras de tais jogos (DIBBELL, 2016). Após extensas jornadas de trabalho coletando recursos dentro do jogo, os *gold farmers* repassam esses recursos para seus chefes, que pagam seu salário. Os recursos de jogo, mais uma vez, são repassados para plataformas de venda paralelas, geralmente nos EUA ou Europa, onde são comprados por jogadores por um preço bem maior do que o originalmente recebido pelo trabalhador que os coletou.

Nesse sentido, apesar de negociações muitas vezes acontecerem de forma externa, jogos online operam precisamente como uma plataforma: fornecem um ambiente mediado que facilita a interação entre dois tipos de usuários, um que oferece um serviço (trabalho) e outro que o demanda. Os efeitos práticos do serviço executado — a obtenção de um item valioso, por exemplo — geralmente se mantêm internas à plataforma — o jogo — mas a compensação monetária costuma se dar fora dos limites de controle da empresa, que não tem como fazer cumprir seus termos de serviço fora dos limites do *software*. Dessa forma, empresas têm o poder de retirar das partes envolvidas quaisquer benefícios adquiridos em

jogo — inclusive suas contas de acesso — mas não têm jurisprudência para atuar sobre os ganhos monetários externos advindos daquele trabalho.

Para além dos ganhos financeiros, precariedade do trabalho e os efeitos da plataformização possibilitando estes fenômenos, é necessário não perder de vista uma manifestação específica desse contexto: a aproximação cada vez maior entre jogo e trabalho. A própria decisão projetual de inserir nos jogos a necessidade de *farmar* indica um entendimento dos jogos como um investimento de tempo. Quem tem mais tempo livre para evoluir seus personagens alcança prestígio e progride mais rapidamente. Àqueles que têm menos tempo para jogar, resta se contentar com uma progressão mais lenta ou contratar os serviços de um *gold farmer* profissional. Em movimentações que tendem a tornar produtivos cada vez mais aspectos da sociedade, o capitalismo tardio de fato transforma o jogo em uma ferramenta de produção. Enquanto, de um lado, o ideário neoliberal justifica a monetização do tempo de lazer, argumentando que o indivíduo constantemente invista seu tempo em atividades lucrativas para si, pelo outro lado o desmonte do estado de bem-estar social e a diminuição do poder de compra se impõem como realidade sobre as pessoas, que vêm na monetização de seu tempo de lazer uma possível forma de complementação de renda.

O trabalho invisibilizado, não-remunerado e não percebido, característico da heteromação, também está presente no ato de jogar, principalmente em plataformas online. Táticas de design de jogos para estimular o consumo constante por parte dos jogadores, como as *daily quests*, atuam efetivamente como ferramentas utilizadas pelas empresas desses jogos para otimizar a quantidade de trabalho executado por jogadores (CARNEIRO; FALCÃO, 2021). Isso acontece pois o próprio consumo do jogo, enquanto forma de entretenimento, é transformado em produtivo. No contexto da economia da atenção, é benéfico para empresas manterem seus jogadores engajados em seus jogos pela maior quantidade de tempo possível, pois isso aumenta a quantidade de dados recebidos por essas empresas, a quantidade de anúncios em potencial exibidos para jogadores e a possibilidade de jogadores consumirem conteúdo extra, obtido de forma paga. É principalmente através dessas formas que jogos online transformam a atividade de jogo em uma atividade produtiva — para a empresa.

As *daily quests* são mecanismos de fidelização nos jogos digitais, principalmente aqueles online, em que jogadores recebem recompensas por realizarem tarefas diárias simples e repetitivas. Alguns formatos de *daily quest* aumentam progressivamente a qualidade das recompensas de acordo com o número de dias seguidos de tarefas realizadas. Dessa forma, jogadores são encorajados a prolongar seu tempo de consumo do jogo,

baseando-se na promessa de recompensas internas em troca da realização de tarefas relativamente simples. Esse mecanismo, além de incentivar o consumo constante por parte dos jogadores, dá à atividade de jogo um sentimento de obrigação e uma regularidade tipicamente associados ao trabalho (CARNEIRO; FALCÃO, 2021).

As *daily quests* se relacionam intimamente com outro fenômeno contemporâneo presente nos jogos digitais e consequente do avanço do capitalismo digital: sua crescente monetização. Jogos *free-to-play* (F2P, grátis para jogar) talvez sejam os mais eficientes em gerar lucro a partir de usuários não-pagantes. Nesse tipo de modelo de negócio, jogadores podem adquirir o jogo e começar a jogar de forma gratuita, enquanto paralelamente recebem ofertas para comprar itens no jogo através de moedas obtidas com dinheiro “de verdade”, ou, como são comumente chamadas, “*cash*”. O modelo F2P tem se mostrado extremamente lucrativo, o que talvez explique seu relativo sucesso. O jogo de tiro online Team Fortress 2 (Valve, 2007), lançado como um jogo pago, converteu-se em jogo *free-to-play* em 2011, resultando em um aumento de 12 vezes da sua renda original (MILLER, 2012 *apud* ALHA et al., 2014).

Itens virtuais para serem usados dentro do jogo podem ser comprados através de lojas digitais integradas na própria interface do jogo, geralmente próximas de onde são encontradas informações sobre o progresso em *daily quests* e onde também são oferecidos ocasionalmente itens gratuitos, como forma de fazer com que potenciais compradores percorram as seções de produtos pagos. Mesmo em jogos *singleplayer* que não aderem ao modelo de negócio *free-to-play*, essa tática de monetização pode ser encontrada. O jogo Assassin's Creed Valhalla (Ubisoft, 2020), lançado em múltiplas plataformas, passou a oferecer pacotes de experiência — que aceleram o progresso do jogador dentro da história do jogo — em troca de dinheiro real. A decisão de integrar esse sistema ao jogo, segundo a empresa, foi tomada em nome do tempo: a opção está disponível para jogadores que possuem menos tempo para *farmar* pontos de experiência, mas que querem ainda assim experimentar — consumir — a completude do conteúdo do jogo (BECKHELLING, 2020). Aqui, mesmo a experiência de jogar está subjugada à lógica de consumo acelerado, já que jogadores, após terem adquirido o jogo pelo seu valor integral, têm a opção de pagar novamente um valor em troca da possibilidade de consumirem o conteúdo do jogo de forma mais rápida.

O modelo *free-to-play* produz um resultado valioso para as plataformas: a criação de efeito de rede. Ao disponibilizar o jogo de forma gratuita, a princípio, empresas aumentam as chances de um maior fluxo de jogadores para dentro de suas plataformas — nesse caso, os jogos. Quanto mais jogadores presentes em um jogo online, mais a empresa

e outros jogadores se beneficiam dessa presença, seja devido à criação de uma forte comunidade, a um capital social cultural associado à participação no jogo, ou à facilidade de acesso a produtos complementares como guias, dicas e material em geral relacionado ao jogo (McINTYRE; SRINIVASAN, 2017), resultado de trabalho afetivo não-remunerado produzido por entusiastas. Nesse processo, se torna clara a utilização de mais uma técnica arquetípica das empresas de plataforma por parte de empresas que desenvolvem e publicam jogos digitais: o subsídio de partes do negócio em nome da criação de um efeito de rede e consequente valorização daquele ambiente digital, seguido pela oferta de produtos e serviços pagos que serão comprados e contratados por parte dos usuários inicialmente atraídos pela proposta de um jogo grátis. Permeando todo esse contexto e posicionando-se como essenciais para o entendimento do consumo contemporâneo dos jogos digitais, encontram-se as lojas digitais online de *videogames*.

As cadeias de distribuição digital de *videogames* se colocam como um bom exemplo de como a plataformização alterou a forma como consumimos esse tipo de produto. Se até meados da primeira década dos anos 2000 a maioria dos jogos eram comprados em lojas físicas (KELLY et al., 2020), hoje os produtos completamente digitais são responsáveis por 92% dos jogos vendidos para PC (SACCO, 2014 *apud* KELLY, 2020). O avanço da internet e a instauração plena do capitalismo digital possibilitaram a popularização da venda de jogos de forma digital, que rapidamente substituíram suas versões físicas nas bibliotecas de jogadores. A mudança para as vendas digitais simplificou o processo de distribuição desses produtos. Enquanto o processo de venda de jogos físicos geralmente requer pelo menos três intermediários entre desenvolvedores e clientes, no modelo digital é possível que desenvolvedores negociem diretamente com as plataformas que irão efetuar a venda final. Essa diminuição das etapas do processo proporciona, entre outras coisas, um aumento da renda recebida por estúdios de criação de jogos. Enquanto no modelo de vendas físicas as desenvolvedoras podem chegar a ganhar 10% do valor de venda de seus produtos, no modelo de distribuição digital estima-se que estúdios recebam de 70% a 88% de cada compra, dependendo das plataformas digitais em que seus jogos serão vendidos (KELLY et al., 2020). Outro efeito da distribuição digital de jogos é o aumento da auto-publicação. Em plataformas de venda de jogos online, como Steam e Itch.io, é possível que desenvolvedores independentes, muitas vezes solo, publiquem seu jogo sem a presença de uma *publisher* (KELLY, 2020). No modo de distribuição físico, isso seria extremamente impraticável.

Apesar de democratizar o processo de distribuição de jogos, como no caso da possibilidade de criadores menores exporem seus jogos nas mesmas vitrines digitais nas

quais se encontram grandes títulos com milhões de dólares em investimento, essas plataformas de venda digital também se tornam grandes focos para o *hope labor*. Criadores independentes são entusiastas, geralmente apaixonados por sua prática — entendida como artística e de autoexpressão — e trabalham na publicação de seus jogos independentemente de discursos sobre saturação no mercado e das baixas chances de sucesso de um jogo no ambiente online (LIPKIN, 2019). Essas pessoas trabalham na esperança de que seus jogos ou sua participação na comunidade possam lhes levar a um emprego na indústria, ou, paralelamente, que seu próximo projeto se torne um grande *hit*.

Enquanto isso, a grande quantidade de títulos independentes que inundam as lojas digitais é extremamente benéfica para as plataformas, já que elas se beneficiam do efeito de rede. Uma boa quantidade de jogos é essencial para o sucesso de uma loja digital de jogos, já que, quanto mais títulos disponíveis, maiores as chances de mais títulos serem atraídos e, conseqüentemente, mais clientes (MARUYAMA et al., 2014). Com o objetivo de gerar mais efeito de rede, plataformas adotam diferentes estratégias de negócio para atrair tanto uma maior quantidade de clientes quanto uma maior quantidade de títulos para seus mostruários, o que envolve desde acordos de exclusividade até constantes esforços para melhorar a experiência de usuários em aplicativos de plataformas.

Para donos de console da última geração, é impraticável instalar aplicativos de lojas digitais que não sejam as oficiais da empresa correspondente ao aparelho. Donos de um console Xbox One Series X estão limitados à Microsoft Store, enquanto donos de um PlayStation 5 estão presos à PlayStation Store. Mais que simples lojas, essas redes integradas aos aparelhos abrangem toda a experiência de se jogar em um desses consoles, desde possibilitando a entrada em partidas online até o gerenciamento de perfis pessoais e contatos de outros jogadores. Para atrair consumidores, ambas as empresas oferecem um serviço de assinatura (a Microsoft oferece o Xbox Game Pass, enquanto a Sony possui a PS Now), que cobra uma taxa mensal em troca do acesso ilimitado à uma biblioteca de títulos (o Game Pass oferece mais de 300 títulos, enquanto a PS Now possui mais de 800 jogos). Contrário às especulações de que um serviço como o Xbox Game Pass estaria gerando prejuízo e se trataria de uma tática de subsidiação, o vice-presidente executivo da Xbox, Phil Spencer, declarou em recente entrevista que o programa de assinaturas é, na verdade, muito sustentável (BAILEY, 2021). Satya Nadella, CEO da Microsoft, confirmou o número de mais de 18 milhões de assinantes do serviço, em paralelo a um crescimento de 51% de receita de jogos advinda da Xbox (KIM, 2021).

Outra estratégia utilizada pelas empresas dos consoles — e uma já muito bem incorporada na cultura dos jogadores — é o desenvolvimento de títulos exclusivos para

uma dada plataforma. Jogos como *The Last of Us* (Naughty Dog, 2013), *God of War* (Santa Monica Studio, 2005) e *Bloodborne* (FromSoftware, 2015) podem apenas ser jogados em consoles PlayStation, enquanto jogadores dos consoles da Xbox jogam franquias exclusivas como *Halo* (Bungie, 2001) e *Gears of War* (Epic Games, 2006). Empresas tentam atrair jogadores interessados com bons títulos exclusivos para aumentar seu valor percebido e efeito de rede, criando uma comunidade em torno da exclusividade de certas propriedades intelectuais. Em última instância, caso alguém deseje jogar títulos nos vários ambientes do ecossistema contemporâneo de jogos, é necessário adquirir diversos aparelhos para, assim, ter acesso aos produtos exclusivos.

No universo dos jogos para computador, as práticas são ligeiramente diferentes, mas buscam os mesmos objetivos. A empresa Epic Games, por exemplo, possui sua própria loja digital, mas também é publisher, desenvolvedora e administra um dos jogos mais bem sucedidos da atualidade, o *Fortnite*, bem como uma das mais famosas *engines* de criação de jogos, a Unreal (EPIC GAMES, s. d.) — um ótimo exemplo da concentração de negócios típica do modelo das plataformas. A empresa, assim como suas paralelas no universo dos consoles, também oferece exclusivos em sua plataforma — prática não muito comum para jogos de PC e que gerou revolta da parte de certas comunidades de jogadores (WILEY, 2020) —, mas esta não é sua principal estratégia. A Epic Games Store, loja digital da Epic Games, desde seu lançamento em 2018, vem frequentemente disponibilizando famosos títulos digitais de forma, a princípio, gratuita. Para obter jogos renomados como *Civilization VI* (Firaxis Games, 2016), *Grand Theft Auto V* (Rockstar Games, 2013) ou *Borderlands 3* (Gearbox Software, 2019), tudo o que usuários têm de fazer é cadastrar-se na plataforma e reivindicar para si uma cópia do jogo dentro do período de tempo determinado. Em suas tentativas para angariar mais títulos para suas fileiras de produtos, a empresa passou a reter apenas 12% do valor de cada jogo vendido, repassando o resto para desenvolvedoras e *publishers*. O valor é bem menor comparado aos 30% de retenção de sua principal concorrente, a loja digital Steam.

É possível argumentar que a Epic Games se encontra na posição de poder arcar com os prejuízos de toda essa subsidiação devido ao sucesso de seu principal título. *Fortnite*, o jogo de tiro em terceira pessoa online, é gratuito para jogar em PC, iOS, Android, PlayStation, Xbox e Nintendo Switch, mas isso não o impediu de gerar mais de 9 bilhões de dólares para a empresa nos anos de 2018 e 2019 (VALENTINE, 2021), através das táticas já discutidas de monetização dos jogos. Paralelamente, a Epic Games Store totalizou um prejuízo de aproximadamente 450 milhões de dólares no mesmo período; no entanto, no início de 2022 a empresa anunciou que a loja ultrapassou a marca de 500

milhões de usuários cadastrados, número que era de apenas pouco mais de 100 milhões no início de 2020. Documentos também mostraram que, somente no dia em que a loja disponibilizou gratuitamente o jogo Grand Theft Auto V, mais de 7 milhões de pessoas se registraram na loja (PETERS, 2022).

A partir desses movimentos, ficam claros não só o processo de subsidiação com o intuito de acréscimo do efeito de rede, mas também as tendências de monopolização exercidas pelas plataformas, como discute Srnicek (2016). Em suas investidas para dominar o mercado de distribuição digital de jogos de computador, a Epic Games toma riscos calculados e busca englobar a maior quantidade possível não somente de usuários, mas também de dados.

O último fator determinante na relação entre videogames e plataformização a ser discutido nesta seção é o *streaming*, o ato de transmissão ao vivo online de partidas de jogos em plataformas dedicadas para isso. A espetatorialidade dos jogos não é um fenômeno novo, e sua prática pode ser traçada até o início dos fliperamas, nos anos 80 (TAYLOR 2016), porém o cerceamento comercial dessa atividade e sua posterior transformação em uma indústria paralela à indústria dos *videogames* certamente pode ser considerada um acontecimento dos últimos anos (JOHNSON; WOODCOCK, 2019). A principal plataforma de transmissão ao vivo, focada em jogos, mas não limitada a eles, é a Twitch.tv, criada em 2011 e adquirida pela Amazon em 2014 por 970 milhões de dólares (GITTLESON, 2014). É possível acessar as transmissões ao vivo da Twitch de forma gratuita, através de diferentes dispositivos e sem a necessidade de criar uma conta. Usuários são usualmente expostos a anúncios direcionados e a plataforma disponibiliza funcionalidades de interação entre espectadores e *streamers* — termo dado aos jogadores que transmitem suas atividades nas plataformas. Dentre outras coisas, é possível conversar via texto em um chat público, visível ao *streamer* e aos outros espectadores; fazer doações únicas para *streamers* através da plataforma; seguir um canal de forma gratuita e/ou assinar um canal, efetuando o pagamento mensal da assinatura em troca de certos benefícios nas *lives* de dado canal. *Streamers* geralmente respondem a essas interações, mas a frequência de reciprocidade entre chat e *streamer* e o tipo de ação que gera resposta por parte de quem está apresentando costuma variar de acordo com a quantidade de espectadores simultâneos, que pode ser qualquer número entre nenhum e dezenas ou até centenas de milhares.

A atividade performada por *streamers* pode facilmente ser entendida como um trabalho. Esses profissionais investem dinheiro em equipamentos para capturar, reproduzir e transmitir suas partidas de jogo, bem como em câmeras e microfones para capturar sua imagem e vozes, que acompanham em tempo real suas reações e comentários ao que está

sendo jogado. Além disso, o investimento em tempo também é árduo. *Streamers* que desejam transformar esta em sua principal fonte de renda são levados a realizar *lives* todos os dias da semana, em sessões que podem durar entre 3 a 6 horas ininterruptas. Para otimizar seus ganhos, esses profissionais buscam participar do “programa de parceria do Twitch”, uma forma de recompensa dada àqueles *streamers* que atingem certos objetivos de engajamento, que os garante melhores opções de monetização de suas transmissões (TWITCH, s. d. a).

A rota para se tornar um parceiro, porém, não é simples. Entre outras coisas, é necessário, em um período de 30 dias, ter realizado um total de 25 horas de transmissão, ter criado *lives* em pelo menos 12 dias diferentes e alcançar uma média de 75 espectadores simultâneos em cada uma delas (TWITCH, s. d. b). Apesar dos números não parecerem exorbitantes à primeira vista, a maior parte desses profissionais trabalham apenas movidos pela esperança de, um dia, tornarem-se parceiros, já que, dentre os mais de 2 milhões de *streamers* ativos na plataforma, apenas cerca de 27 mil alcançaram o status de parceiro, o que equivale a menos de 2% do número total (TWITCH, s. d. c). Tornar-se um criador bem sucedido no Twitch, no entanto, pode fazer tudo valer a pena. Através do recente vazamento de documentos da plataforma, é possível ter uma noção do valor angariado pelos maiores *streamers* do site. O jogador conhecido como xQcOW recebeu mais de 8 milhões de dólares entre os anos de 2019 e 2021 — o segundo lugar na lista de criadores — apenas por atividades diretamente relacionadas ao Twitch. O canal a angariar a maior quantidade de dinheiro nesse período, no entanto, foi o grupo Critical Role, que reúne dezenas de milhares de espectadores semanalmente transmitindo ao vivo suas partidas do RPG de mesa Dungeons & Dragons 5E (Wizards of the Coast, 2014). Apenas da renda obtida através do Twitch, o canal recebeu mais de 9 milhões e meio de dólares de meados de 2019 a meados de 2021. Esse valor não considera outras atividades como parcerias externas, patrocínios, shows e venda de produtos (WILDE, 2021). O fato de criadores que transmitem partidas de um RPG analógico terem conquistado o posto de canal mais rentável da plataforma, apesar do *ethos* que a cerca ser direcionado para os *videogames* e *e-sports*, é aqui colocado como de extrema relevância para este trabalho e será discutido adiante com mais profundidade.

O *hope labor* exercido por jogadores no Twitch e em outras plataformas de transmissão ao vivo, bem como o imenso sucesso que uma pequena quantidade de criadores alcança, são apenas algumas das consequências da presença do *streaming* no ecossistema dos jogos. A cauda longa propiciada pelo acesso relativamente fácil à criação de transmissões ao vivo, de um lado, possibilitou uma maior visibilidade a criadores

menores, tanto *streamers* quanto desenvolvedores de jogos, que encontram nas plataformas de transmissão uma forma alternativa de divulgar suas criações, mas o *streaming* também se tornou uma poderosa máquina de marketing apropriada pelas grandes *publishers* e a quantidade de transmissões de um jogo durante um período de tempo têm se tornado um importante termômetro de seu sucesso.

Para Johnson e Woodcock (2019), o fenômeno do *streaming* inaugurou um novo tipo de análise de jogo: se antes jornalistas e entusiastas analisavam os títulos ao produzir artigos escritos e vídeos planejados, atualmente *streamers* disponibilizam seus pensamentos e opiniões ao vivo, em tempo real, enquanto jogam. Isso resulta em análises mais longas e conversacionais, num estilo de fluxo de consciência que é capaz de aprofundar com mais detalhe nas áreas específicas que o jogador está experimentando naquele momento, mas que inevitavelmente sofrem de uma falta de escopo, já que se torna mais difícil considerar a completude do jogo. O que é importante de se considerar a partir desse contexto é o fato que a transmissão ao vivo de um jogo funciona como divulgação, independentemente da opinião de quem está jogando.

O trabalho afetivo — remunerado ou não — realizado por entusiastas dos jogos efetivamente beneficia desenvolvedoras e *publishers* ao exibir seus produtos e trazê-los para a esfera da discussão pública. A indústria dos jogos não está alheia a esse processo: empresas de jogos reconhecem a importância de *streamers* e se esforçam para incluí-los no processo de divulgação de seus jogos, seja através de *lives* patrocinadas, envio de material de *merchandising* ou a disponibilização de jogos antes de seu lançamento; mas enquanto essas práticas são comuns e visíveis, grande parte do marketing de *videogames* sendo gerado em plataformas de *streaming* ainda é espontâneo (JOHNSON; WOODCOCK, 2019) e movido pela grande quantidade de criadores que realizam suas atividades na forma de *free labor*.

Um possível fator de tensão na relação da indústria de produção dos jogos com a indústria do *streaming* é a potencial substituição do jogar pelo assistir. Cada vez mais espectadores se contentam com a experiência de assistir à totalidade de um jogo ao invés de jogá-lo e entendem essas atividades como equivalentes (COEMA, 2021). O número de usuários de plataformas de *streaming* aumentou nos últimos anos e uma pesquisa realizada pela Google em 2017 mostrou que quase metade dos fãs de jogos no YouTube gastam mais tempo assistindo a *gameplays* do que mesmo jogando (PETROVA; GROSS, 2017 *apud* COEMA, 2021). Essa nova forma de consumo de jogos é um efeito colateral do marketing espontâneo gerado pelo *streaming* e se apresenta de forma prejudicial para a indústria, já

que consumidores em potencial desconsideraram a compra do jogo em preferência a assistir à uma *live* correspondente.

Em paralelo à possibilidade das vendas de um jogo serem minguadas pelo consumo do *streaming*, há também o resgate de antigos títulos de volta para o ambiente de discussão e, possivelmente, de volta para as vendas. Certas comunidades de jogadores, como as de *speedrunning*, são responsáveis por redescobrir jogos décadas após seu lançamento original com o objetivo de desvendar seus segredos. A prática de *streaming*, portanto, pode ser responsável por prolongar ou mesmo fazer renascer o ciclo de vida de um jogo dentro do *zeitgeist* cultural (JOHNSON; WOODCOCK, 2017). Além disso, o *streaming* também foi responsável pela descoberta e consecutivo sucesso de títulos independentes, impossibilitados de atingir os mesmos níveis de exposição através de grandes campanhas publicitárias (JOHNSON; WOODCOCK, 2017).

A prática e o consumo do *streaming*, portanto, se colocam como essenciais para o entendimento do cenário atual não só dos videogames, mas dos jogos em geral. Os efeitos da plataformação nos jogos digitais tanto alteraram quanto criaram novas formas de consumo. De uma forma geral, é possível argumentar que os movimentos tomados contribuíram para a expansão do acesso aos jogos — seja diretamente ou através da espetatorialidade — e ao fortalecimento dos efeitos de rede a eles associados. O objetivo desta seção foi o de criar um paralelo entre a discussão teórica sobre plataformação empreendida no início do capítulo e o contexto contemporâneo em torno dos jogos digitais. Discutiram-se táticas de monetização e seu papel na transformação da atividade de jogo em trabalho, bem como a relação entre essas táticas e os modelos de negócios operados pelas corporações que gerenciam as distribuições digitais dos jogos, tudo isso em um contexto englobado pela transmissão ao vivo de jogos e seus efeitos cíclicos de volta na indústria dos videogames. Para os objetivos deste trabalho, torna-se necessária agora uma discussão fundamentada sobre os efeitos do mesmo processo de plataformação sobre os jogos analógicos, especialmente os RPGs. Pela proximidade propiciada pelo digital, é seguro assumir que os esforços da plataformação se encontraram primeiramente com os videogames, mas a cada dia as plataformas avançam mais sobre o universo dos jogos analógicos, igualmente transformando e criando novas formas de consumo.

2.4 Jogos analógicos: RPGs e a plataformação

Enquanto na esfera dos jogos digitais é relativamente fácil, devido à sua natureza computadorizada, transformar os próprios jogos em plataformas, no universo dos jogos analógicos em geral e RPGs em específico esse movimento é menos direto. Os avanços da

plataformização sobre os RPGs se dão, portanto, ao redor do produto: 1) em novas formas de distribuição e financiamento; 2) nas formas de divulgação; 3) nas integrações transmídia e 4) no aprofundamento de uma cultura de fãs em torno desse universo que transforma o consumo de jogos analógicos em um *hobby* especializado que se relaciona com o *free labor*. Esta seção irá navegar por essas questões de forma fluida, tendo como ponto de referência os RPGs, mas mantendo em mente que diversos dos pontos abordados também são relevantes no campo dos jogos analógicos em geral.

Uma breve recapitulação da história dos RPGs é necessária para que possamos compreender como se deu a relação dessa nova linguagem com os processos da plataformização. Recontar essa história nos ajuda a entender rupturas e características que persistem nos títulos contemporâneos, contextualizando as filosofias de design que inspiram criadores no RPGLatam. A história dos RPGs se confunde com a de seu primeiro título, Dungeons & Dragons (TSR, 1974), o RPG mais famoso e, argumentavelmente, mais jogado de todos os tempos. É necessário, portanto, entender suas origens e as inspirações que nos levaram até o atual contexto dos RPGs.

A história de Dungeons & Dragons (D&D) inicia com os *wargames*: jogos analógicos de simulação de guerra, no qual jogadores controlam exércitos representados por miniaturas em maquetes realísticas, construídas para representar os cenários de batalhas reais ao longo da história. Por serem simulações, os sistemas de regras desses jogos são longos e complexos, construídos para abarcar as mais diversas situações do mundo real que poderiam ser representadas no mundo simulado do jogo. Jogadores se utilizam de estratégia e pensamento criativo para ganhar em sessões de jogo que podem se estender em campanhas que duram semanas, meses ou anos, separadas em diferentes encontros. A tradição dos *wargames* se inicia no século XVIII e ganha tração entre grupos militares como forma de treinar estrategistas e simular situações de batalha. Fora da esfera militar, o *hobby* crescia lentamente a partir do século XX e se espalhava pelo mundo como uma atividade de nicho, sendo praticada em casas, clubes e pequenos eventos (PETERSON, 2018).

Na primeira metade da década de 1970, no meio-oeste norte-americano, dois entusiastas dos *wargames* com o nome de Gary Gygax e Dave Arneson se unem para desenvolver um projeto incorporando diversas características menos tradicionais dos *wargames* em um só jogo, mas mantendo várias estruturas desse gênero. Este jogo, que viria a se tornar o Dungeons & Dragons como o conhecemos hoje, a princípio não foi entendido como um RPG, mas sim como um variante dos *wargames*. O termo *role-playing game* foi só então criado e associado ao jogo por críticos especializados, dando assim

nome à embrionária tradição de jogos. Um dos objetivos dos criadores do jogo — e uma característica que persiste até hoje em maior ou menor grau nos RPGs — era o de representar cenários de fantasia medieval, como os descritos pelos autores J. R. R. Tolkien e Robert E. Howard. Um dos importantes elementos que D&D (1974) herdou de seus precursores *wargames*, em parte responsável pelo seu futuro sucesso, é o fato de suas regras serem facilmente adaptáveis. Essa característica, combinada com o já existente *ethos* de criação, colaboração e adaptação presente nas comunidades de *wargames* e ficção científica, tornou fácil o estabelecimento da prática de transformação do sistema. Entusiastas alteravam as regras para suprir as necessidades de suas próprias partidas, enviavam ideias de novas regras para os autores ou até mesmo inspiravam-se em D&D para criarem seus próprios jogos. (PETERSON, 2018; WHITE et al., 2018).

Os criadores de D&D fundaram a empresa TSR para lidar com as atividades comerciais de publicar e vender o jogo, que permaneceu de certa forma limitado ao público dos *wargames* e entusiastas de ficção até meados da década de 1970. Na segunda metade da década, outros títulos de RPG começaram a aparecer, enquanto a TSR decide explorar novos mercados disponibilizando uma linha mais básica do D&D para venda em lojas não relacionadas ao nicho de jogos, como livrarias. Ao fim dos anos 70, jogos de RPG já não estavam mais presos à ambientação de fantasia medieval, com a existência de vários títulos que posicionavam jogadores em universos de ficção científica ou pós-apocalípticos (WHITE et al., 2018).

No início da década de 1990, publicado pela White Wolf Games, o jogo de horror contemporâneo *Vampire: The Masquerade* (White Wolf Publishing, 1991), abreviado como VtM, rompe com tradições anteriores estabelecidas por D&D e seus similares. VtM direciona o foco temático do jogo para intrigas pessoais entre personagens, terror existencialista e substitui o cenário de fantasia medieval inspirado em autores como J. R. R. Tolkien pelos contos vampírescos de terror de autoras como Anne Rice (WHITE et al., 2018). *Vampire: The Masquerade* (1991) é importante nesta contextualização histórica por dois motivos neste trabalho: Primeiramente, seu sucesso ao romper com certas convenções estabelecidas por D&D inspirou novos modos de jogar e abriu o caminho para diferentes estilos de jogos, importantes em maior ou menor grau para compreender o contexto criativo no qual criadores no grupo RPGLatam se encontram. Em segundo lugar, alguns funcionários da editora White Wolf Games deixaram a empresa para fundar, em 2004, o site DriveThruRPG, um dos pioneiros na venda e distribuição digital “oficial” de RPGs, em operação até hoje.

A distribuição digital é um dos principais aspectos da plataformização no âmbito dos RPGs, por mais que ela a preceda — jogadores já trocavam PDFs e escaneavam livros para enviar por e-mail nos anos 90 (WHITE et al., 2018). A mencionada DriveThruRPG é, hoje, uma das empresas sob o guarda-chuva da OneBookShelf, empresa que opera diversos *marketplaces* de distribuição de produtos, desde livros de RPG, passando por acessórios de *wargames* criados por fãs, até histórias em quadrinho. A empresa também possui parcerias com desenvolvedoras de jogos como a Wizards of the Coast (atual dona da marca Dungeons & Dragons) e a White Wolf Games para a criação de programas de comunidade que estimulem a criação de conteúdo fã adicional para seus jogos (DRIVETHRURPG, s. d.). Esta breve observação do *modus operandi* de uma das empresas no ramo de distribuição digital de RPGs revela dois fatores importantes para o entendimento da plataformização dos RPGs neste trabalho: o *free labor* e o movimento de monopolização presente nas plataformas manifestado no ecossistema dos RPGs, discutidos a seguir, respectivamente.

O *free labor* realizado por criadores e entusiastas povoa as plataformas de distribuição digital de jogos, criando um efeito de rede que aumenta o valor percebido de certos títulos de RPG, que recebem conteúdo extra de forma contínua e gratuita. Esse tipo de trabalho pode se tornar remunerado no caso de produtos criados por fãs e vendidos em *marketplaces* digitais, porém, tanto nesse caso quanto nos casos de conteúdo criado e distribuído gratuitamente, empresas donas dos jogos para os quais os conteúdos são criados continuam se beneficiando, já que não precisam arcar com os custos e potenciais riscos da produção de dado conteúdo extra. A existência de gerentes de comunidade (DZURA, 2021) e de plataformas digitais para incentivar a criação de conteúdo extra para certos jogos, indica a importância do valor criado pelo trabalho de fã (STANFILL; CONDI, 2014) no âmbito dos RPGs. O trabalho exercido por fãs, portanto, é valioso tanto para as empresas que dispõem dos direitos dos principais títulos de RPGs, que encontram nos fãs uma fonte contínua de conteúdo gratuito para seus jogos, quanto das plataformas de *marketplace* digital, que recebem uma porcentagem do valor de cada venda dos produtos criados por entusiastas e atraem mais clientes de acordo com uma maior quantidade de produtos.

A tendência à monopolização e união buscada pelas empresas também está presente na esfera dos jogos analógicos. Apenas a OneBookShelf possui nove sites em sua família de *marketplaces*. A Wizards of the Coast, por sua vez adquirida pela gigante do entretenimento Hasbro em 1999 (CNN MONEY, 1999), também concentra sob si inúmeras marcas tanto de jogos analógicos quanto de digitais. Na primeira metade da década de

1990, a empresa comprou diversos estúdios de RPGs e de *cardgames*, assim como empresas que produziam convenções para fãs desses tipos de jogos. Ao fim dos anos 90, a empresa se tornou dona do RPG Dungeons & Dragons e da maior convenção de RPGs, a GenCon, após comprar a TSR em 1997. (APPELCLINE, 2006). A Wizards of the Coast (WotC), no entanto, é um ponto fora da curva no ambiente dos RPGs. De acordo com relatórios de receita da Hasbro, em 2021, a empresa angariou uma receita de mais de 1 bilhão de dólares, 42% a mais do que no ano anterior. Esses números estão diretamente relacionados ao sucesso abrupto de produtos como Dungeons & Dragons e o *cardgame* Magic: The Gathering (1993) em anos anteriores (HASBRO, 2022).

Em paralelo, a atual dona dos direitos de Vampire: The Masquerade, a Paradox Interactive, angariou uma receita de cerca de 150 mil dólares no mesmo ano em que a WotC conquistou seus mais de 1 bilhão (PARADOX INTERACTIVE 2022). A White Wolf Publisher, criadora original de Vampire, tem uma complicada história de vendas e aquisições. A empresa foi comprada pela desenvolvedora islandesa do MMO EVE Online (2004), CCP Games, em 2006 e posteriormente incorporada à desenvolvedora de jogos digitais Paradox Interactive em 2015 (McWERTHOR, 2015), onde foi eventualmente dissolvida. Essas movimentações contam não somente uma história de constantes aquisições e acúmulo de marcas, títulos e propriedades intelectuais, mas também de uma maior interação transmídia entre jogos analógicos e digitais, visto que ambos os títulos de RPG discutidos nestes parágrafos se tornaram marcas irmãs ou filhas de empresas que desenvolvem também jogos digitais.

Apesar de os jogos analógicos de RPG e os jogos de computador sempre terem tido uma relação próxima, nos últimos anos empreitadas comerciais de grande escala intensificaram a relação direta entre esses dois universos. As primeiras iterações de Dungeons & Dragons (1974) serviram de livre inspiração para a criação de MUDs (*MultiUser Dungeon*, jogos digitais online, geralmente baseados em texto, que replicavam alguns sistemas de RPGs analógicos), que por sua vez deram origem aos MMORPGs como os conhecemos hoje (DETERDING; ZAGAL, 2018). A diferença entre esse fenômeno e o atual contexto da relação entre jogos analógicos e digitais é a tentativa deliberada da criação de narrativas transmídia que são originadas a partir dos produtos analógicos, mas experimentadas nas mais diversas mídias digitais (SCHRIER; TORNER; HAMMER, 2018). A marca Dungeons & Dragons, além dos inúmeros livros e suplementos físicos e digitais, conta também com diversas HQs digitais, romances, jogos de tabuleiro e de cartas e jogos digitais nas mais diversas plataformas, sem falar das várias ferramentas oficiais e não-oficiais de apoio ao jogo e das roupas e acessórios que carregam a logo do jogo

(DUNGEONS & DRAGONS, s.d.). A linha de produtos de Vampire: The Masquerade também conta com os mesmos tipos de produto, se não talvez em menor quantidade: livros de regras oficiais, romances, HQs, jogos de tabuleiro e de carta, *videogames*, roupas, acessórios e assim por diante.

O consumo não só do jogo, mas de todo o universo de produtos que permeia o jogo, contribui para o fortalecimento, em consumidores, daquilo que Mia Consalvo (*apud* MÄYRÄ, 2010) chama de *gaming capital*: uma reformulação do conceito de capital cultural de Pierre Bourdieu, e é “uma forma de discutir o papel que o conhecimento, a experiência e a habilidade desempenham tanto no indivíduo como também em um sistema cultural e econômico mais amplo que cerca os jogos digitais.” (MÄYRÄ, 2010, s.p., tradução nossa¹²). Esse conceito pode ser facilmente extraído e aplicado aos sistemas econômicos e culturais que cercam os jogos analógicos, já que estes também originam comunidades de fãs que discutem e estabelecem hierarquias baseadas não só em níveis de experiência e conhecimento (MacCALLUM-stewart; TRAMMELL, 2018), mas também em níveis de consumo, que progressivamente assume formas cada vez mais diferentes e indiretas.

Uma das manifestações do consumo indireto de jogos de RPG se mostra semelhante àquele encontrado nos jogos digitais: plataformas de *streaming* também têm revelado recentemente o interesse de espectadores em assistirem a partidas de RPG, ao invés de jogá-las. Diversos canais em plataformas de transmissão ao vivo, como o Twitch, transmitem suas sessões de jogo a milhares de espectadores, muitos dos quais nunca tiveram a oportunidade de jogar, de fato, os jogos, mas saciam sua vontade ao assistir a outros jogarem. Os números mostram o sucesso dessa atividade. No ano de 2017, estima-se que cerca de 9 milhões de pessoas assistiram a outras jogando Dungeons & Dragons 5e (Wizards of the Coast, 2014) no Twitch (JONES, 2021). A plataforma, focada na transmissão de jogos digitais, criou uma categoria exclusiva para *lives* de sessões de RPG. O sucesso é medido não só no número de espectadores, mas também no número de dólares. O já mencionado grupo Critical Role, segundo recente vazamento de dados do Twitch, foi o mais rentável de toda a plataforma, recebendo mais de 9 milhões de dólares no período de 2019 a 2021 (WILDE, 2021). O sucesso do grupo, que alcançou um pico de mais de 200 mil espectadores simultâneos (TWITCH TRACKER, s.d.), é alegado como um dos responsáveis por provocar um ressurgimento da cultura de RPGs analógicos em geral e D&D em específico (WHITTEN, 2020).

¹² No original: a way to discuss the role knowledge, experience and skill have both for an individual, but also for the larger cultural and economical system that surrounds digital games.

Apropriadamente transformados em uma empresa do ramo da multimídia, Critical Role dispõe de diversos produtos para seus fãs e consumidores curiosos, em um catálogo que espelha muito as já comentadas linhas de produtos de D&D e VtM: para além de roupas e acessórios baseados na marca da empresa e nos personagens que aparecem nas sessões de jogo, é possível comprar também HQs e livros de regras que adaptam o sistema de D&D da mesma forma como ele é utilizado pelos jogadores nas *lives*. É importante pontuar a trajetória efetuada pelo grupo: de seu início em transmissões despretensiosas e empolgadas, muito análogas ao trabalho de fã, Critical Role conseguiu se tornar uma empresa multimilionária e passou a definir os rumos de parte da comunidade contemporânea de RPGs, apresentando o jogo para novos públicos, tornando-se referência para fãs e fechando parcerias diretamente com as empresas que são donas de suas plataformas (D&D, Twitch). Em uma parceria com a Amazon, o Critical Role conseguiu angariar em uma campanha de financiamento coletivo mais de 11 milhões de dólares para a produção de uma série animada baseada nas histórias de seus personagens, a ser veiculada na plataforma de vídeo Amazon Prime TV (WHITTEN, 2019). O projeto foi financiado através do site de financiamento coletivo americano Kickstarter e se tornou o projeto de filme ou TV mais bem financiado da história da plataforma até o momento (TRAMMELL, 2019). O sucesso da produção dessa série animada, intitulada *The Legend of Vox Machina*, demonstra tanto o poder da cultura de fãs no contexto atual — já que o objetivo inicial do financiamento coletivo era de 750 mil dólares, enquanto o arrecadado foi mais que 1000% desse valor —, quanto a propensão dos RPGs aos processos transmidiáticos, já que esses tão comumente são capazes de transpor suas histórias para outras mídias, originando novos produtos (MacCALLUM-stewart; TRAMMELL, 2018; ZAGAL; DETERDING, 2018).

Campanhas de financiamento coletivo como a de *The Legend of Vox Machina* se mostraram uma ferramenta de extrema importância para a produção de grandes e pequenos projetos no universo dos jogos analógicos. Campanhas de financiamento coletivo, possibilitadas por plataformas como Kickstarter, consistem na criação e compartilhamento de um projeto em ditas plataformas, com o objetivo de angariar uma certa quantidade de investimento para sua execução. Os recursos para esse financiamento são originados diretamente de fãs e entusiastas, que atuam como investidores dos projetos que gostariam de ver sendo trazidos à realidade. As plataformas administram o recebimento desses fundos e seu modelo de negócios se baseia no recolhimento de porcentagens do dinheiro recebido. Caso o projeto atinja o objetivo de financiamento inicial, seus realizadores recebem o dinheiro e podem então executá-lo. Caso contrário, o dinheiro é retornado para

os apoiadores, dessa forma diminuindo os riscos de se investir em projetos que possam vir a falhar (TYNI, 2020).

Assim como as consequências da distribuição digital nos *videogames*, a existência do financiamento coletivo possibilita que criadores ignorem etapas intermediárias e requisitem fundos para financiamento diretamente do cliente final, que geralmente recebe, como retorno do investimento, cópias do jogo e outros benefícios adicionais, como produtos exclusivos. Esse modelo também dá aos fãs maior poder de participação cultural, já que estes podem mais diretamente decidir quais projetos financiar e, através das plataformas, desenvolver uma relação mais próxima com criadores, o que facilita sua influência, enquanto investidores, nos rumos do projeto (TYNI, 2020). Apesar desses fatores, autores também apontam para uma crescente financeirização dos processos de financiamento coletivo, já que 1) grandes empresas também podem se valer dessa prática para financiar seus projetos com menos riscos, efetivamente transformando financiamentos em pré-vendas e eclipsando projetos menores (TYNI, 2020) e 2) empresas podem buscar sucesso e efeito de rede em plataformas de financiamento coletivo com o objetivo de angariar influência para conseguir apoio financeiro através de outros meios que não os apoiadores diretos, como no caso do financiamento do *videogame* Shenmue III (YS Net, 2019), que usou seu aparente sucesso em campanha de financiamento coletivo para conseguir investimento e apoio diretamente de empresas privadas (LOLLI, 2018).

Projetos para a criação de *videogames* estão presentes em plataformas de financiamento coletivo como o Kickstarter, mas os projetos de jogos analógicos são dominantes nessa forma de financiamento. Apenas no primeiro semestre de 2021, projetos de *board games* e RPGs arrecadaram cerca de 144 milhões de dólares, em oposição aos 13 milhões arrecadados por jogos digitais (JARVIS, 2021). Apesar desses números, muitos dos projetos financiados têm seus jogos atrelados a franquias consagradas de outras mídias, incluindo *videogames*, como The Witcher (CD Projekt Red, 2007), Monster Hunter World (Capcom, 2018) e a série animada Avatar: A Lenda de Aang (JARVIS, 2021).

Para Trammell (2019), o modelo de financiamento coletivo é atrativo para empresas de *board games* e RPGs pois, por serem menores e possuírem menos capital em relação às empresas de jogos digitais, elas encontram nesse modelo uma forma de estimar o tamanho de seu público e adaptar a escala de sua produção de acordo, reduzindo assim os riscos de investimentos que poderiam não dar retorno. Paralelamente, o autor também pontua a importância da publicização das campanhas para o sucesso do projeto, argumentando que esse trabalho afetivo e criativo é “íntimo, constante e absolutamente

dependente da habilidade de indivíduos de advogar com sucesso em nome de sua empresa ou produto para seu público alvo.” (TRAMMELL, 2019, s. p., tradução nossa¹³).

Esse trabalho criativo, afetivo e, muitas vezes, não-remunerado, não se limita apenas às campanhas de financiamento coletivo de jogos analógicos, mas também está presente em todo o processo plataformizado de divulgação e criação de RPGs. A participação em comunidades de criadores e entusiastas em plataformas digitais é essencial para o alcance do sucesso (TRAMMELL, 2019; TORNER, 2018). Esse *hope labor* é exercido diariamente por designers e aspirantes que trocam ideias, constroem teorias, compartilham títulos, divulgam projetos e criticam jogos em ambientes digitais como Discord, Reddit, Facebook, Twitter e fóruns dedicados. O *free labor* imaterial realizado por essas pessoas movimentam tais comunidades e o mercado dos RPGs no contexto da economia digital.

Esta seção discutiu pontos relevantes da presença dos *role-playing games* no contexto do capitalismo digital e de plataforma, como as diferentes formas de divulgação, distribuição e financiamento, os processos transmidiáticos presentes nesse universo e a importância da cultura de fãs e do trabalho afetivo e criativo. Apesar de menos diretamente integrados do que os jogos digitais, a relação entre os processos de plataformização e as formas de consumo de RPGs se dá de forma tão intensa e múltipla.

* * *

O objetivo deste capítulo foi o de desenhar uma conjuntura do contexto dos jogos no capitalismo contemporâneo, sob a égide das plataformas. A comunidade de criadores RPGLatam está inteiramente atravessada pelos processos do capitalismo digital e da produção de trabalho cultural imaterial, caracterizada pelo *free labor* e *hope labor*, assim como pelos efeitos da plataformização da sociedade. Entender como esses diferentes processos se interconectam e se influenciam mutuamente, em uma compreensão fundamentada do atual cenário sócio-econômico, é o primeiro passo para entender como o capitalismo de plataforma habilita e afeta criadores independentes de RPG no Sul Global. O próximo capítulo apresenta a descrição do coletivo RPGLatam, obtida através da observação participante, e dedica especial atenção às práticas dos criadores em suas interações com as plataformas digitais no processo de criação, divulgação e distribuição de RPGs independentes.

¹³ No original: The work of public relations required to successfully crowdfund analog games is intimate, constant, and absolutely contingent upon the ability of individuals to successfully advocate for their company or product to their target audience.

3 Coletivo RPGLatam: plataformação e trabalho criativo no Sul Global

Neste capítulo, irei descrever o grupo RPGLatam, seus membros e suas práticas sob a luz dos fundamentos teóricos expostos anteriormente. Para descrever a experiência de participação no coletivo RPGLatam, este capítulo está organizado a partir de suas plataformas. Considerando a importância das plataformas digitais no cotidiano do grupo e de suas materialidades para mediar os usos e práticas performadas por criadores, foi decidido separar o conteúdo observado em seções pertinentes às práticas, objetivos e interações com cada uma das plataformas abordadas. Sendo assim, este capítulo é dividido em três seções, cada uma delas dedicada respectivamente a uma plataforma utilizada por membros do RPGLatam. O primeiro subcapítulo, intitulado Discord, explica o aplicativo e descreve as práticas e modos de organização que criadores desempenham no servidor. Após isso, o segundo subcapítulo, Twitter, discorre sobre as principais estratégias de divulgação utilizadas por criadores independentes e outras formas de uso da rede social. Por fim, o subcapítulo Itch.io explora brevemente os jogos criados por membros no RPGLatam e suas formas de distribuição digital. Porém, antes de mergulhar nas particularidades da comunidade e suas interações com as plataformas, é preciso ter um entendimento geral sobre ela. Portanto, tentar responder à pergunta: O que é o RPGLatam?

É difícil fornecer uma definição objetiva e universal para o que é o RPGLatam. Em um sentido restrito, é um coletivo: um grupo de artistas que se unem em prol de uma rede de ajuda mútua. Em um sentido amplo, pode ser considerado uma subcultura menor dentro da comunidade de jogos de RPG independentes. Efetivamente, o RPGLatam é um conjunto de entusiastas/criadores de RPGs, em sua maioria independentes, que se unem em várias plataformas a partir de um ponto em comum: a experiência de ser da América Latina. Essa identidade geopolítica e cultural é importante para os criadores no grupo e permanece como um alicerce entre membros, uma posição compartilhada da qual são retiradas referências, mas de onde também é obtido um sentimento comum de ferida decolonial (MIGNOLO, 2021). Para trabalhar com o objeto nesta pesquisa, os termos “grupo”, “coletivo” e “comunidade” serão simultaneamente utilizados para se referir ao RPGLatam, em contextos relativamente semelhantes, salvo quando explicitado o contrário.

Também é necessário abordar o objeto a partir de uma perspectiva decolonial — obtida através da obra do pensador Walter D. Mignolo —, não somente por esta pesquisa entender o objeto como pertencente ao âmbito decolonial, mas também pelo próprio empenho de criadores no RPGLatam de se posicionarem como uma opção decolonial. Nos jogos e nas falas de boa parte dos membros da comunidade, há uma intencionalidade

decolonial que se revela de forma deliberada. Esses criadores articulam conceitos anti-colonialistas e por vezes anti-capitalistas em seus discursos, sem necessariamente se atrelar às raízes e aos autores acadêmicos que versam sobre os estudos decoloniais. Participantes do RPGLatam gostam de se engajar em discussões políticas e boa parte do grupo compartilha opiniões do espectro da esquerda política, em diferentes variações de intensidade. O discurso político dos participantes pode ser verificado em respostas para as entrevistas pessoais. Quando perguntado se acha que o RPGLatam é político, um criador responde:

Eu acho que o RPGLatam é político por dois motivos [...]. A primeira é o óbvio [...] o nome RPGLatam [deixa] bem claro que a gente é latino, a gente é desse pedaço do mundo que é geralmente ignorado, e a gente tá crescendo e ocupando espaço, né. Então isso por si só é uma atitude política, é a gente rebelando contra a ideia de ser colonizado, ou de ser coadjuvante e tentando assumir o protagonismo, então isso por si só eu diria que já é um posicionamento político do movimento como um todo. A gente [também] tem muitas discussões sobre ser marginalizado, de como que a gente descoloniza, o tratamento decolonial de pensamentos e de maneiras de fazer as coisas, então a gente tem desde o pessoal que tá lá tentando falar [que] a gente tem que botar coisas legais no D&D que são decoloniais e [...] ao mesmo tempo a gente tem o pessoal falando [que] D&D é enraizado na ideia colonialista, não dá para desassociar, a gente tem que fazer os nossos [próprios] jogos [...]. (Entrevista pessoal)

Para o entrevistado acima, o RPGLatam é político por dois motivos. É político, primeiramente, porque seus membros engajam frequentemente em discussões políticas e entendem suas obras — os RPGs que criam — como objetos que carregam mensagens políticas. Eu presenciei e participei de diversas dessas discussões, algumas das quais tratavam de aspectos políticos dentro dos próprios RPGs, como as mecânicas racistas de Dungeons & Dragons, e outras que apenas tratavam de assuntos políticos atuais, como as declarações do *youtuber* Monark¹⁴ ou a tentativa de assassinato de Cristina Kirchner¹⁵:

Discussão no canal *random-chat* sobre metáforas racistas e o potencial da alegoria em histórias de fantasia não só para oprimir, mas também para acusar os opressores. O argumento evoluiu para uma análise do Twitter como um espaço que inevitavelmente provoca discussões rasas. Interpelei a discussão, lembrando que, não importando o que criássemos, ainda estaríamos à mercê do sistema capitalista e nossos produtos inclusos nesse contexto. Um dos participantes da discussão concordou, dizendo “Você tem razão, e isso me mata”. (Notas pessoais em fevereiro de 2022.)

Grande discussão no canal *portuguese-only* sobre as declarações a favor de um partido nazista do *youtuber* Monark no podcast Flow. O sentimento geral é de descontentamento e inquietação, raiva, e sensação de impunidade. Desnecessário dizer, muitos membros [cerca de 13] se posicionaram contra as declarações, deixando seus próprios posicionamentos políticos explícitos. (Notas pessoais em fevereiro de 2022.)

¹⁴ G1. **Flow Podcast desliga Monark após fala sobre nazismo e apaga vídeo do canal.** G1, São Paulo, 08 de fev. de 2022. Pop & Arte.

¹⁵ G1. **Brasileiro é detido após tentar assassinar Cristina Kirchner na Argentina.** G1, São Paulo, 01 de setembro de 2022. Mundo.

As passagens acima mostram como a discussão sobre assuntos políticos é uma prática cotidiana do grupo. Membros estão sempre trocando opiniões sobre assuntos políticos atuais, sejam eles relacionados aos RPGs ou não. Esse olhar crítico e político também se reflete em algumas obras desenvolvidas por esses criadores.

O segundo aspecto político citado pelo entrevistado é o fato de criadores no RPGLatam se posicionarem como advindos do contexto latino-americano e, portanto, quebrarem com a ilusão de uma epistemologia do ponto zero (MIGNOLO, 2011), declarando que estão pensando deliberadamente a partir de um contexto geopolítico específico que é marginalizado e que lida com a ferida decolonial. O verdadeiro aspecto decolonial do grupo, entretanto, não é pacificamente aceito entre todos os membros. Para um entrevistado, a retórica decolonial do grupo não é acompanhada de um aprofundado estudo sobre os teóricos dos estudos decoloniais:

Eu acho que algumas pessoas no RPGLatam podem encontrar uma facilidade de expressão e apenas algumas bases bem rasas em relação a tópicos como colonialismo como um ponto comum de identificação [...]. Eu gostaria que o RPGLatam fosse mais informado sobre pensadores locais atuais e sobre linhas de pensamento que informam sobre os temas que eles tentam discutir, como colonialismo e emancipação. (Entrevista pessoal)

O que o trecho acima mostra é que, apesar da grande maioria dos participantes do grupo se identificarem como dentro do espectro da esquerda, é possível encontrar dissidências mesmo dentro desse mesmo campo ideológico. A convivência entre criadores, no entanto, é pacífica, mesmo que possam surgir pontos de tensão entre opiniões de criadores em diferentes locais na escala de comprometimento com a política. O trecho também revela que, talvez, a identidade que une criadores ao redor do rótulo LATAM talvez não seja tão consistente quanto se poderia inicialmente imaginar. Criadores não estão unidos a partir de uma identidade inalienável de seu ser e a participação pessoal e a existência do grupo dependem do esforço individual de cada criador. Até o momento, no entanto, a identidade latino-americana e o entusiasmo por RPGs parecem gerar uma intersecção de identidades grande o suficiente para aglutinar personalidades com diferentes opiniões e visões de mundo.

Apesar de marcado geopoliticamente como latino-americano e de seus autores firmarem bem seus pés em uma epistemologia local (MIGNOLO, 2021), a comunidade é organizada de forma totalmente online e seus membros se comunicam majoritariamente a partir de três plataformas digitais: Discord, Twitter e Itch.io. Cada uma das plataformas é utilizada pelos membros do grupo de formas diferentes e membros se utilizam de diferentes táticas em cada uma delas. É importante não reduzir a existência do grupo à sua

presença em somente uma dessas plataformas, já que as atividades de criadores no grupo em cada um desses ambientes digitais interagem entre si e revelam diferentes aspectos das práticas do grupo. Olhar para as interações de criadores nas diversas plataformas também pode nos ajudar a compreender quais são seus objetivos e responder à pergunta: afinal, o que querem os criadores independentes de RPG quando se unem em uma comunidade?

No Discord, criadores da comunidade se organizam em um servidor do aplicativo, com o nome de RPG LATAM. No twitter, criadores se reconhecem através do uso da *hashtag* #rpqlatam e de redes de *followers* mútuos na rede social. Já no Itch.io, criadores marcam seus jogos com a *tag* RPGLATAM e buscam que seus projetos sejam incluídos nas *collections* de jogos de autores latino-americanos. Irei fornecer um exemplo, baseado em minha própria experiência enquanto autor de RPGs, de como as interações entre as três plataformas podem ocorrer.

Quando publiquei, de forma independente, meu primeiro jogo enquanto membro do RPGLatam, eu o disponibilizei na plataforma Itch.io, favorita entre os membros do grupo. Entre outras *tags* para descrever o jogo, utilizei também a RPGLATAM, como era indicado por membros em conversas no servidor do Discord. Uma vez disponibilizado o jogo, preparei o material gráfico e o divulguei no Twitter, também usando a *hashtag* #rpqlatam, com o objetivo primário de ser identificado como um autor pertencente ao grupo e, ao mesmo tempo, com a intenção que o post no Twitter fosse veiculado a outros criadores associados à *hashtag*. Após isso, é prática comum divulgar também no próprio servidor do Discord sobre seus recentes projetos, especialmente pedindo que outros criadores no grupo curtam, comentem e compartilhem o post de divulgação do projeto no Twitter. O post no Twitter, por sua vez, continha um *link* que direcionava usuários para a página do jogo no Itch.io, arrematando a rede de conexões e interações operadas por mim, enquanto membro do RPGLatam. Essas práticas não foram diretamente a mim ensinadas, mas foram assimiladas ao longo de algumas semanas de observação enquanto participante no grupo RPGLatam, tanto no Twitter quanto no Discord. A Figura 01, abaixo, esquematiza o processo multi-plataforma de lançamento de um jogo, de acordo com as práticas de membros do RPGLatam.

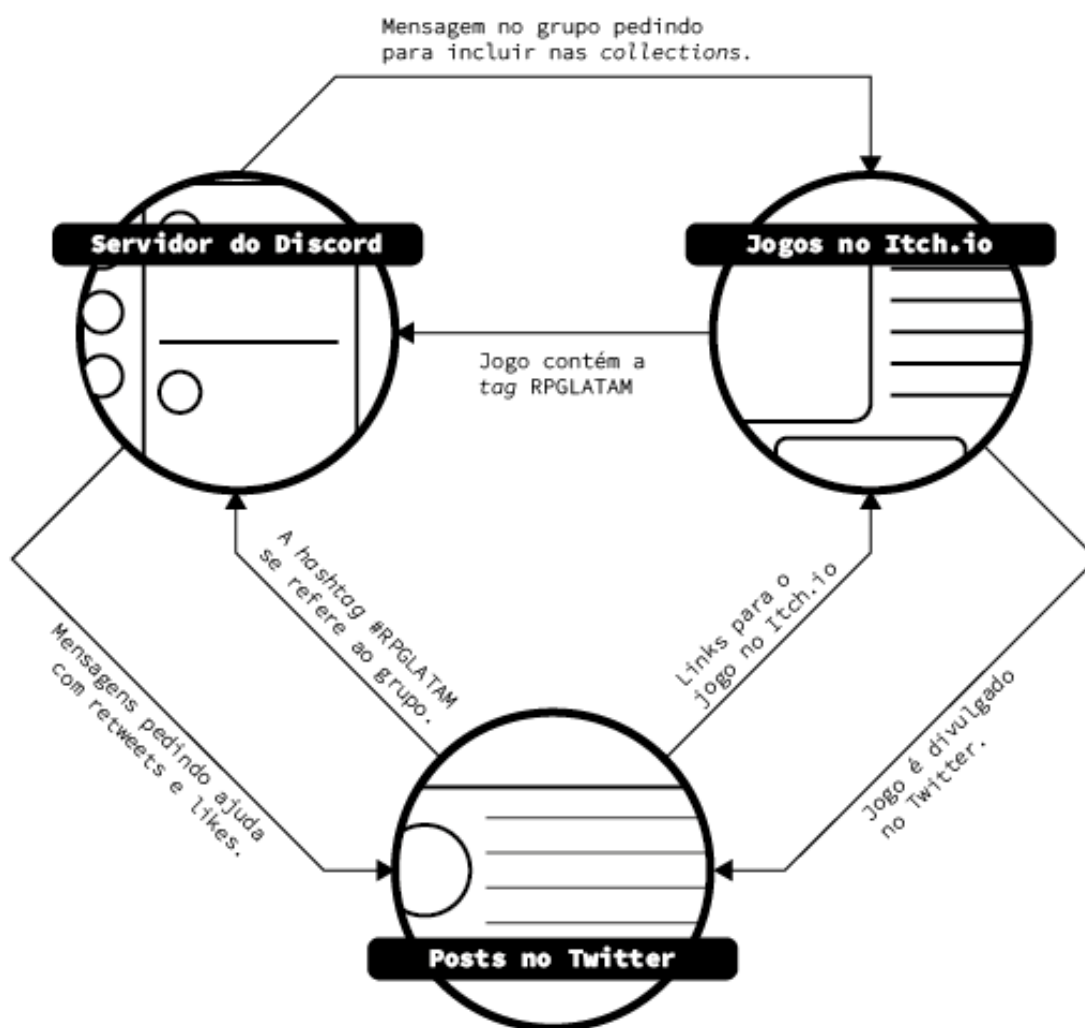


Figura 01: Fluxo de interações entre plataformas no RPGLatam. Elaborado pelo autor.

As próximas seções do capítulo descrevem com mais especificidade o grupo e as formas com as quais membros interagem internamente em cada uma das plataformas. Sempre que as ações descritas dos membros direcionam para atividades em outras plataformas, essa interação será explicitada no texto. Para compreender o RPGLatam, é essencial compreender como o grupo se utiliza e existe através das plataformas.

3.1 Discord

O Discord é um aplicativo para diversos sistemas operacionais, como Windows, Android, IOS e outros. Além de ser essencialmente um software para bate-papo online em texto, voz e vídeo, o programa também permite a criação de “servidores”, que funcionam como grupos de usuários que podem interagir através de vários canais de texto e voz pré-definidos por administradores. Usuários podem, então, ser convidados para tais servidores através de links que redirecionam para o servidor ou por convites pessoais no próprio aplicativo. Uma vez dentro de um servidor, é possível interagir através de

diferentes canais dedicados a texto e voz/vídeo. Dentro dos servidores, administradores têm o poder de, entre outras coisas, criar ou extinguir canais e silenciar, expulsar ou até banir usuários, de forma que sejam impossibilitados de voltar ao servidor. Criado especificamente para atender às necessidades de comunicação de jogadores de jogos digitais e suas comunidades, o aplicativo Discord recentemente alterou sua estratégia para atingir um público-alvo mais amplo. Segundo seu próprio site oficial, o aplicativo possui mais de 150 milhões de usuários ativos por mês e mais de 19 milhões de servidores ativos por semana (DISCORD, s.d.).

O servidor da comunidade no Discord se chama RPG LATAM e possui, tecnicamente, cerca de 230 membros, dos quais quatro são moderadores do servidor, responsáveis pela manutenção das regras internas do grupo. Diariamente, podem ser encontrados por volta de 60 ou 70 membros online (com diferentes *status* no aplicativo, como “disponível” ou “ocupado”). Isso não significa, no entanto, que esse número represente a quantidade de membros que cotidianamente interagem no servidor. Durante o período desta pesquisa, pude identificar um núcleo de cerca de 25 membros mais ativos em sua participação no grupo, a maioria dos quais, brasileiros. Essa participação, no entanto, nem sempre é constante ao longo do tempo. Criadores no RPGLatam conciliam sua participação no ecossistema dos RPGs independentes com outras áreas de sua vida, como família e empregos. Dessa forma, é comum que certos membros participem das atividades do grupo com mais frequência durante alguns períodos e, depois, voltem a ficar inativos.

Fine (1983) também identifica essa participação intermitente em sua etnografia sobre jogadores de RPG. O autor descreve como membros daquele grupo de jogadores nos anos 70 viam com pesar a possibilidade de certos membros entrarem em relacionamentos sérios ou se casassem (p. 67). Para os membros daquele grupo, o casamento, por exemplo, era um fator que poderia potencialmente impedir jogadores de comparecer com a mesma frequência aos encontros, principalmente em comparação com aqueles outros jogadores com menos compromissos familiares.

Em mais de um caso, membros no RPGLatam tiveram de diminuir sua frequência de participação no grupo devido ao fato de terem sido admitidos em um novo emprego. Quando isso aconteceu com um dos moderadores e principais nomes na comunidade, foi perceptível não só a diminuição de sua participação, mas também a diminuição de discussões e alguns eventos ocasionais. Esse membro ocupa não só o papel de moderador, mas também um papel semelhante ao de um gerente de comunidade, responsável por manter o grupo vivo ao fomentar discussões, perguntar como os membros estão e organizar encontros virtuais. A partir desse acontecimento, ficam claras duas características sobre o

grupo. Primeiro, que a comunidade depende de criadores ativos e entusiasmados para que sua existência seja mantida. Segundo, que a participação no RPGLatam, talvez por se configurar mais próxima à participação em um hobby, é secundária a outros aspectos da vida de seus membros, como empregos, paternidade ou estudos e, portanto, é dada a esses aspectos a prioridade em detrimento à participação no RPGLatam ou no ecossistema dos RPGs em geral.

Apesar de, no geral, criadores não puderem dar aos RPGs o mesmo nível de prioridade que dão a outros aspectos da vida, quando criadores são capazes de firmar um emprego no âmbito dos RPGs, a tendência é que os jogos passem a englobar grande parte de sua vida, já que assumem a posição simultânea de *hobby* e de principal fonte de renda. No RPGLatam, isso acontece com pelo menos um membro do grupo, que declara que RPGs são parte essencial de sua vida. Esse fenômeno é mais comum quando consideramos o ecossistema de RPGs em geral, principalmente em relação a criadores no Norte Global, onde existem mais oportunidades para trabalho com RPGs.

Em relação à organização do grupo no próprio aplicativo, o servidor no Discord é dividido em oito diferentes canais de texto, cada um com diversos sub-canais. A partir da observação desses canais é possível entender com detalhes o funcionamento do grupo e como seus membros se utilizam da plataforma em questão. A seguir, os oito canais serão descritos, assim como os modos através dos quais membros no RPGLatam se utilizam deles. Compreender os motivos da existência de cada canal e suas formas de utilização nos fornece informações valiosas sobre as práticas de membros do coletivo e sua relação com a plataforma em questão. Os canais serão descritos na mesma ordem em que são listados no servidor.

Rules and Announcements. Trata-se de um canal apenas para leitura, no qual a maioria dos membros não podem mandar mensagens. Nele estão expressas as regras do grupo e são feitos anúncios de cunho “oficial”. O termo oficial aqui é paradoxal: de um lado, a filosofia do grupo de não manter hierarquias entre seus participantes desafia a ideia de anúncios ou regras “oficiais”, ou seja, em nome de todo o grupo. Por outro lado, exclusivamente no servidor do Discord, regras são definidas e mantidas por um grupo de quatro moderadores — também chamados de administradores. As regras no servidor servem o propósito de garantir a convivência harmônica entre membros e os administradores por vezes devem agir como mediadores de conflitos quando estes surgem. Os anúncios “oficiais” são feitos pelos moderadores e envolvem conteúdos como novas informações sobre próximos eventos importantes, avisos de atualização das regras do servidor e desejos de boas festas. Neste canal também é possível interagir com um *bot* de

seleção de pronomes preferenciais. Membros do grupo, através deste *bot*, podem escolher exibir seus pronomes para outros membros no grupo. A existência desse *bot* de forma “oficial” dentro do servidor mostra a preocupação geral dos membros do grupo com pautas de identidade e de gênero, já que criadores no grupo podem se identificar como não-binários, transsexuais ou *queer*.

É também no sub-canal de *announcements* que podem ser encontrados os objetivos declarados do grupo. Em uma postagem feita por um moderador em março de 2021, é possível ler:

Nós estamos organizando esse servidor principalmente para que ele seja um local definitivo da comunidade, já que nós estamos com pessoas tão boas por aqui e nós não queremos perdê-las!

Por isso, nós estamos promovendo algumas novas atividades correntes no servidor e reforçando nosso objetivo principal: ~~mostrar ao mundo o poder do RPGLATAM~~ ajudar nossos *gamedevs* a criarem mais coisas incríveis. Unidos, nós somos mais fortes.

O primeiro passo que tomamos foi o de criar um desafio mensal livre para que qualquer um no servidor participe! Eles são simples, divertidos e esquisitos na medida certa. Cheque o canal se você puder!

O segundo passo é um pouco maior: estamos planejando criar uma grande base de dados com todos os jogos de criadores do RPGLATAM, com *tags* simples de encontrar, categorias e descrições. Isso ainda está em sua fase de planejamento, mas em breve nós iremos coletar informações sobre todos os projetos que vocês publicaram. Fiquem ligados!! (Mensagem no servidor do Discord. 2021. Tradução nossa.¹⁶)

A partir do texto dos objetivos declarados, é possível compreender diversos aspectos sobre o servidor. Primeiramente, a ideia da construção da comunidade a partir de boas pessoas (*great people*, no original) e o fato dessas pessoas serem “*gamedevs*”. O mais curioso, no entanto, é a própria frase em que é declarado o objetivo do grupo. Aquele que poderia ser o objetivo real, mas que poderia ser entendido como mesquinho ou bairrista — “mostrar ao mundo o poder do RPGLATAM” —, é rapidamente substituído por um objetivo mais saudável e comunitário: “ajudar nossos *gamedevs* a criarem mais coisas incríveis”. Aquele que seria o objetivo real, no entanto, ainda é expressado, mesmo que através da utilização do texto formatado como ~~tachado~~, o que indica que não deve ser levado a sério, apesar de ainda estar presente. É importante ressaltar que, apesar desses objetivos possuírem um caráter oficial por terem sido apresentados por um moderador no servidor do Discord e por estarem no canal de regras, eles não necessariamente representam a vontade de todos os

¹⁶ No original: “We’re mostly organizing this server to be a definitive community place, since we have so many great people around and we don’t want to lose them so soon!

For that, we’re promoting some new regular activities around the server and enforcing our main objective: to show the world the power of RPGLATAM to help more of our *gamedevs* create stuff, and more amazing stuff. United, we’re stronger.

The first step we took is by promoting a monthly-challenge that’s free for anyone in this server to join! They are simple, fun and weird in the right proportions. Go check that channel if you can!

The second one is a bit bigger: We’re planning to make a huge database with all games from RPGLATAM creators, with easy-to-search-for tags, categories and descriptions. It’s still in planning stage, but soon we’ll be collecting info on all of the projects you guys have released. Stay tuned!”

criadores no RPGLatam, especialmente aqueles que não participam ativamente no servidor do Discord.

A intenção apresentada no texto de objetivos que mais se concretiza é a inicial: organizar o servidor para que “ele seja um local definitivo da comunidade”. De fato, o servidor do Discord dispõe de um caráter de centralidade na comunidade, ou pelo menos é isso o que seus membros sentem. As principais atividades do grupo como um todo são organizadas no servidor e por membros que participam ativamente nele. Há uma estranha tensão na comunidade, presente de forma oculta no canal de *rules and announcements* e na figura dos moderadores. Por um lado, moderadores do servidor do Discord declaram que o grupo é livre, sem líderes e que qualquer pessoa com raízes latino-americanas pode se apropriar do rótulo RPGLatam. Por outro lado, moderadores precisam certificar que o servidor no Discord seja mantido através de regras potencialmente excludentes e alguns indivíduos são motivados a tomar a frente em projetos que utilizam o nome de toda a comunidade.

Durante a pesquisa, presenciei dois casos em que membros efetivamente saíram do grupo (por vontade própria ou expulsos por um moderador) por possuírem visões políticas dissonantes com a do resto dos membros. Em uma ocasião, uma discussão particularmente acalorada sobre NFTs¹⁷ revelou pensamentos políticos subjacentes de alguns membros que iam de encontro com o *ethos* ideológico no RPGLatam: um espectro ideológico que vai de uma esquerda social-democrática ao comunismo. Após um posicionamento de um dos próprios moderadores do grupo, que se declarou contra NFTs e sua utilização, o membro com opinião conflitante reiterou seu apoio ao uso de NFTs, criticou a formação de um *echo chamber* no grupo, criticou a atuação do moderador — que em sua opinião, deveria ter sido imparcial na discussão — e se retirou do servidor. O restante dos membros que participaram na discussão se posicionaram a favor do moderador e do seu direito de manifestar opiniões.

Esse caso revela uma importante característica da comunidade: Apesar de não existirem regras explícitas negando a participação de membros com certas opiniões políticas, mecanismos sociais de auto-seleção se encarregam de criar um ambiente que é, em certa medida, ideologicamente homogêneo. Esse ambiente homogêneo cria um espaço de discussão “seguro” em que criadores conseguem ter uma previsão do tipo de opiniões que serão manifestadas sobre um certo tópico, mas inevitavelmente limita os tipos de opiniões e de discussões que podem ser articuladas.

¹⁷ *Non-Fungible Tokens*, ou Tokens Não-Fungíveis, são criptoativos negociados através da *blockchain* que representam bens insubstituíveis, como imagens, modelos 3D ou outros itens digitais (CORSINI, 2022).

A tensão entre horizontalidade e hierarquia se tornaria mais presente caso um maior número de pessoas utilizassem o rótulo RPGLatam sem necessariamente uma participação no servidor do Discord, pois os problemas dessa tensão poderiam se tornar mais latentes, com um embate de vontades entre aqueles que advogassem pela horizontalidade e aqueles que advogassem por uma estrutura hierárquica em nome da organização. Na prática, porém, a maioria dos que se declaram RPGLatam, seja no Twitter ou no Itch.io, também participam do servidor.

Por fim, o anúncio dos objetivos nos revela um importante fato sobre a dificuldade da continuidade em comunidades como o RPGLatam. Dois compromissos foram feitos para a comunidade: a manutenção de desafios mensais e a criação de uma base de dados com todos os projetos do RPGLatam, ambos abandonados. O último desafio mensal foi criado em outubro de 2021, enquanto a última mensagem no sub-canal dedicado, até o momento da escrita deste trabalho, data de dezembro de 2021. Em relação à base de dados sobre todos os projetos do grupo, não é possível encontrar informações sobre o seu desenvolvimento. A descontinuidade desses projetos contribui para a conclusão anterior de que criadores no RPGLatam têm de ser malabaristas ao lidar com seus diferentes projetos pessoais, familiares e profissionais, priorizando aqueles que irão lhes proporcionar mais ganho pessoal.

Chit Chat. Em português, algo como bate-papo ou fofoca. Neste canal se encontra a maior participação dos membros do servidor. O sub-canal *random-chat* é o local onde membros podem conversar sobre quaisquer assuntos, desde que se encontrem dentro das regras de convivência do servidor. O canal também tem sub-canais específicos para a discussão sobre música (*tunes*), jogos eletrônicos (*videogames*), comida (*local-food-talk*), animais (*familiars*) e compartilhamento de memes (*memeland*). É neste canal também que se encontram dois sub-canais específicos e importantes: *spanish-only* e *portuguese-only*, cada um deles dedicado a discussões somente nas respectivas línguas. Devido à característica internacional do grupo, a língua oficial em todo o servidor é o inglês: membros são desencorajados a escrever em outras línguas quando interagindo em ambientes fora dos sub-canais específicos para português ou espanhol. Se expressar em outro idioma que não a língua-franca do servidor pode ocasionar desentendimentos entre membros, apesar de algumas expressões típicas e palavras solitárias serem socialmente toleradas. Embora membros de quaisquer nacionalidades possam interagir em qualquer sub-canal, a divisão entre línguas efetivamente cria uma divisão entre criadores: criadores brasileiros interagem mais frequentemente entre si, enquanto criadores da América

Hispanica, que compartilham um idioma, também têm um espaço dedicado para suas interações.

Em minha participação no grupo, percebi que o tópico da utilização da língua inglesa é importante entre criadores no RPGLatam. As regras no servidor deixam bem claro que “O inglês é a língua principal” (Mensagem no servidor do Discord. 2021. Tradução nossa.¹⁸) e membros largamente aderem à língua inglesa não só internamente no servidor do Discord, mas também em seus materiais publicados no Itch.io e postagens no Twitter.

À primeira vista, é possível perceber um paradoxo: como criadores com um declarado viés anti-colonialista, que percebem seus jogos e sua prática como algo político, tão facilmente subscrevem ao uso da língua inglesa em suas obras e práticas cotidianas? A resposta para essa pergunta é de cunho monetário. Para criadores do coletivo, usar o inglês é uma estratégia de *marketing*. Quando pergunto em entrevistas sobre o motivo de escrever em inglês, entrevistados respondem que utilizar esse idioma é uma forma em potencial de ampliar a distribuição de seus jogos, garantindo que estejam disponíveis para um maior número de pessoas e, conseqüentemente, que possam gerar um maior retorno financeiro. Um dos criadores, em entrevista, me diz:

[o uso] do inglês eu sinto que é muito mais porque as pessoas compram lá fora, elas veem valor, é um pouco também isso de o gringo ver como exótico e falar "ah, uau, latam, que diferente". Rola um pouco disso, então eles acabam comprando. Também tinha muita rejeição do próprio público aqui do Brasil [...]. O nosso público, querendo ou não, está lá fora. (Entrevista pessoal.)

Para Walter Mignolo (2021), o foco no público internacional e a utilização da língua inglesa não diminuem o efeito de declarações políticas feitas pelos criadores. Para o autor, aqueles pensadores que se afastam do auto-declarado ponto-zero epistemológico — o pensamento moderno europeu — sempre estarão sujeitos a serem entendidos como “pensadores locais”, assim como os jogos do RPGLatam são entendidos como “jogos latino-americanos” ao invés de apenas “jogos”. A diferença, Mignolo escreve, é que pensadores têm muito mais chances de serem lidos se escreverem nas línguas que formam o centro do pensamento ocidental — neste caso, o inglês — do que se escrevessem em suas línguas locais — neste caso, o português e espanhol (p. 33). É possível compreender, portanto, que a escolha de escrever e divulgar em inglês parece ser um misto de tática política e estratégia de negócios. É uma tática política pois espalha com mais eficiência os

¹⁸ No original: “English is the main language”

jogos produzidos por autores latino-americanos e é uma estratégia de negócios pois beneficia financeiramente esses autores.

Há também um outro fator digno de observação na escolha dos autores de escrever seus jogos em inglês: a ideia de que “lá fora, há mais dinheiro” a ser gasto com RPGs, pensamento presente em ambos os trechos de entrevistas acima. Criadores que residem em países latino-americanos e vendem seus jogos em dólares americanos são capazes de cobrar preços menores por suas obras, já que, quando a quantia é convertida para as desvalorizadas moedas locais, o número convertido representa ganhos maiores do que aqueles que seriam possíveis em vendas locais das mesmas obras. A possibilidade de vender jogos para estrangeiros do Norte Global por um menor valor pode ser entendido como um ato de *offshoring* de trabalho criativo (FERNANDÉZ; VALENCIA, 2013). Esse ponto será desenvolvido na seção 7.3 Itch.io.

Entre criadores no RPGLatam, existe o entendimento de que jogadores latino-americanos estão, em geral, menos interessados nos tipos de jogos que o grupo pode fornecer. Esse sentimento é de certa forma generalizado entre membros da comunidade e também está presente nos trechos das entrevistas acima. Eu pude apreender três argumentos alinhados a esse entendimento que buscam explicar essa falta de interesse, descritos a seguir:

(1) Primeiro, existe a noção de que jogadores, em geral, preferem RPGs de grandes franquias, isso inclui jogadores latino-americanos. A diferença entre jogadores daqui e de países do Norte Global é que o mercado de RPGs independentes na América Latina não é tão desenvolvido quanto o de outros países, o que prejudica a penetração no mercado de jogos *indie*, como aqueles criados no RPGLatam;

(2) Membros do RPGLatam também estão cientes, por experiência própria, das dificuldades econômicas que se manifestam na América Latina. Para alguns criadores, esse é um dos principais motivos da falta de sucesso de RPGs independentes aqui, já que essas dificuldades econômicas se refletem em uma maior dificuldade de acesso a títulos diferentes. Como nem sempre é fácil justificar o gasto de quantias relativamente altas ao lazer e a um *hobby* que, por vezes, pode ter preços elevados, jogadores podem preferir livros antigos que já possuam ou fotocópias tradicionais de livros passados de mãos em mãos. Esse argumento, no entanto, não é de fácil verificação já que existem, por exemplo, empresas brasileiras de certo renome que se empenham em trazer títulos de RPG menos conhecidos para o Brasil. A principal barreira para a verificação desse argumento é a falta de uma verdadeira definição sobre o que seria de fato um “RPG *indie*”;

(3) O terceiro é uma explicação não da falta de interesse do público local, mas sim de um elevado interesse do público de outros países. O rótulo “*Latam*”, como já discutido, pode ser lido como a marca de algo diferente, até “exótico”, para jogadores do Norte Global, interessados em compreender que tipos de experiências diferentes podem ser derivadas de um jogo com uma potencial marca cultural da América Latina. Enquanto isso, jogadores brasileiros, similarmente, poderiam estar mais interessados em experiências de outros países. Nenhuma dessas explicações é exaustiva da situação e é importante destacar que são apenas descrições dos sentimentos expressados pelos criadores, não empreendimentos científicos para de fato explicar o fenômeno do percebido desinteresse pelos jogos.

É também no canal *Chit Chat* que se dá o primeiro contato de integrantes com o grupo. Novos membros no servidor são automaticamente listados no sub-canal *welcome*, no qual as mensagens são ocultas e disponíveis somente aos moderadores. Possíveis membros do grupo incluem game designers, designers gráficos, artistas, ilustradores, programadores e entusiastas de RPG em geral. Enquanto a maioria dos membros que participam diariamente possuem origens latino-americanas, ocasionalmente é possível interagir no servidor com pessoas de outros continentes. Novos membros geralmente se apresentam no sub-canal *#random-chat* e são recebidos por outros participantes, que se colocam à disposição para ajudar.

Enquanto grupo, o RPGLatam não se preocupa diretamente com o recrutamento de novos membros, apesar de estar sempre aberto para a participação de novas pessoas. O recrutamento frequentemente se dá de duas formas: um membro atual conhece alguém que possui interesse no desenvolvimento de RPGs e chama essa pessoa para participar; ou membros em potencial descobrem o grupo e o contato de algum membro através das outras plataformas utilizadas, como Twitter e Itch.io, e pede para participar no servidor do Discord. Esses dois processos se assemelham aos descritos por Gary Alan Fine (1983), ao identificar elementos no processo de recrutamento de um membro para uma subcultura: interesses em comum e oportunidades de interação (p. 47-52).

Em relação à participação através de interesses em comum, é possível observar que membros do RPGLatam raramente são pessoas que não tiveram nenhum contato anterior com os RPGs e, portanto, esses interesses em comum são um ponto fundamental para definir a participação ou não no grupo. Quando perguntados em entrevista sobre como se deu o início de sua participação no coletivo, todos os entrevistados declararam que já possuíam um interesse prévio em RPGs e que viram no RPGLatam uma oportunidade para conhecer pessoas com os mesmos interesses e posicionamentos.

Já a minha própria participação no grupo se deu a partir de uma oportunidade de interação com criadores do RPGLatam, apesar de envolver também interesses em comum. Em setembro de 2021, enquanto participava da primeira edição brasileira da GenCon Online organizando uma partida de meu próprio jogo, me deparei com uma *live* de criadores de RPG do Brasil, intitulada “DIY: RPG Independente no Brasil”. Imediatamente me interessei pelo tópico, afinal de contas, eu também estava criando RPGs independentes no Brasil e predominantemente seguindo a filosofia do DIY¹⁹. Três membros do RPGLatam discutiam sobre a criação de RPGs no país e, ao fim, convidaram espectadores interessados a participar do servidor no Discord, através de um link. Utilizei o link para entrar no servidor e venho participando até então. Apesar de não buscarem ativamente por novos membros, criadores no RPGLatam estão frequentemente entusiasmados em chamar novas pessoas e compartilhar seus interesses com outros entusiastas dos RPGs.

Um terceiro fator de recrutamento em subculturas, identificado por Fine (1983), é o de mudanças em cultura, o processo no qual um grupo pré-existente entra em contato com novos interesses e novas práticas, de forma a estabelecer novos hábitos e características. Essa forma de recrutamento não foi observada durante minha participação no RPGLatam, mas pode ter sido essencial para a formação inicial do grupo.²⁰

É importante ressaltar que o recrutamento funciona apenas no âmbito do servidor do Discord, já que em outros ambientes digitais, como Twitter, qualquer pessoa pode se apropriar da *hashtag* #rpqlatam. A participação no servidor do Discord não é limitada a criadores na América Latina: existem membros latino-americanos que atualmente moram em outras regiões do mundo e criadores de diversos países de outros continentes. Apesar de ser permitida sua participação no servidor do Discord, esses criadores estrangeiros não são particularmente ativos em discussões e não são encorajados a utilizar do rótulo RPGLatam em nenhuma plataforma. Seus jogos também não são considerados jogos RPGLatam.

Gamedev. Canal dedicado a discussões sobre desenvolvimento de jogos e assuntos relacionados, como criação de ilustrações e design gráfico. É nesse canal de texto em que se manifestam duas importantes práticas no cerne do RPGLatam: o *RPG theorizing* e a rede de ajuda mútua.

Comunidades de fãs — em inglês por vezes chamadas de *fandoms* — comumente engajam em discussões públicas sobre questões ligadas aos produtos culturais que gostam

¹⁹ Sigla de “*Do it yourself*”, do inglês, “faça você mesmo”. Segundo o Cambridge Dictionary, é a atividade de criar objetos ou fazer reparos pessoalmente, ao invés de contratar um terceiro para fazê-lo (DIY).

²⁰ A história do coletivo RPGLatam está descrita em A Desobediência Epistêmica do Grupo RPGLatam (CARNEIRO; FALCÃO, 2022).

de consumir. A essa prática de discutir extra-academicamente sobre tópicos de interesse e entusiasmo é dado o nome de *theorizing* (TORNER, 2018). Fãs e designers de jogos de RPG estão entre os grupos que gostam de se unir em comunidades para discutir sobre seu *hobby*. No RPGLatam, grande parte do *theorizing* acontece nos sub-canais *#game-dev* e *#design*, voltados para a discussão sobre regras, mecânicas, escrita e *layout* dos projetos de jogos do grupo. Assim como grande parte dos entusiastas em RPG, membros do RPGLatam frequentemente engajam em discussões e criação de teorias sobre o estado da arte dos RPGs em geral e RPGs independentes em específico, atrelando as possibilidades dessa linguagem com suas visões políticas e culturais.

Nesses sub-canais, criadores também compartilham trechos de seus projetos atuais e novas ideias como forma de suscitar novas conversas. Em uma discussão observada, após um criador compartilhar um texto com reflexões sobre seu processo de design, membros iniciaram um debate sobre termos que definem gêneros no universo dos RPGs e dos videogames em paralelo. Criadores também estão constantemente debatendo o estado da arte dos RPGs mais conhecidos que definem o mercado de RPGs comerciais, como Dungeons & Dragons. Em uma discussão em outro canal, criadores abordaram o recente lançamento da nova versão de Dungeons & Dragons, chamada One D&D, e ressaltaram os pontos que não lhes agradaram. Um deles, por exemplo, o fato do jogo “continuar com uma tradição *bioessencialista*” ao manter sua tradição de raças de personagens atreladas a um sistema de vantagens e desvantagens dos personagens.

Sobre a prática de *theorizing* no RPGLatam, é possível ressaltar dois pontos importantes. Primeiro, o fato de que criadores na comunidade estão investidos em discussões que levam ao desenvolvimento da linguagem dos RPGs. Membros do coletivo parecem genuinamente preocupados com os rumos percorridos por esses jogos e pelas possibilidades que o futuro os reserva, especialmente no tocante a RPGs independentes. Os posicionamentos políticos e críticos dos indivíduos no grupo se refletem nas discussões sobre os jogos de RPG e elas, consequentemente, abordam tópicos como a falta de acesso aos RPGs devido ao menor desenvolvimento econômico no Sul Global, o entrelaçamento entre racismo e RPGs, a lógica de produção imaterial no capitalismo contemporâneo, entre outros. O segundo ponto é o papel das plataformas como ambientes ubíquos a essas discussões. Esse tipo de *theorizing* empregado por membros no RPGLatam não seria possível sem a existência de aplicativos como o Discord para fornecer um ambiente em que pessoas de diversos países pudessem trocar mensagens de forma instantânea. Sendo assim, os termos da discussão são ditados pelas possibilidades materiais oferecidas pelo Discord. Criadores podem mandar mensagens em texto, compartilhar imagens, GIFs, prints

e emojis. Podem também marcar outros membros ou responder diretamente a mensagens específicas. Como se trata de um ambiente relativamente privado, com indivíduos recorrentes, alguns membros sentem a liberdade para se referir uns aos outros como amigos, companheiros ou camaradas e eventualmente fazer piadas entre si, prevendo um ambiente de recepção amigável. Essas *affordances* propiciadas pelo Discord efetivamente definem características das discussões que podem ser empregadas, que são diferentes, por exemplo, dos tipos de *theorizing* que se realizam em um ambiente como o Twitter (7.2 Twitter).

A outra prática citada — e expressa como objetivo do grupo, abordado anteriormente — é a realização de uma espécie de rede de ajuda mútua entre criadores na comunidade. O canal de *Gamedev* congrega diversos sub-canais dedicados a pedidos de ajuda, que podem ser — e muitas vezes, são — atendidos por outros criadores no servidor.

Criadores no RPLatam compreendem na pele a dificuldade que é criar e divulgar jogos de RPG independentes a partir da América Latina. Também compreendem que uma comunidade que se apoia pode beneficiar a todos. Essa rede de ajuda mútua que se constrói entre membros do RPLatam se materializa através de sub-canais específicos no Discord, como os descritos a seguir, mas também pode ser encontrada na relação entre criadores. Em entrevistas, alguns participantes, especialmente os brasileiros, relataram que encontraram no coletivo um local de apoio para seu *hobby* de criação de jogos e uma forma de tirar dúvidas sobre a prática de *game design*.

No sub-canal *#ask-for-help*, criadores podem tirar dúvidas sobre as mais diversas temáticas relacionadas à produção e divulgação de jogos. Um colega acadêmico, por exemplo, enviou uma mensagem no sub-canal pedindo por materiais publicados sobre tipos de jogadores para seu TCC; Outro criador pediu ajuda com formas de angariar fundos para viabilizar planos de uma viagem internacional para convenções de RPG; Em uma outra situação, um criador pediu a ajuda de todos em relação a questões de sensibilidade cultural em seu jogo. Todas essas solicitações foram prontamente respondidas por outros membros da comunidade, que iniciaram discussões sobre os tópicos com a elaboração de novas soluções para as perguntas iniciais.

No sub-canal *#jobs-and-opportunities*, criadores compartilham principalmente links para oportunidades externas ao RPLatam, como postagens no Twitter para seleções de designer gráfico, *game jams* que estão iniciando e projetos que concedem bolsas e mentorias para game designers marginalizados. Esse sub-canal possui menos discussões e é mais utilizado como um repositório de links para ditas oportunidades.

No sub-canal *#self-promo* a rede de ajuda mútua se materializa no servidor do Discord de forma mais latente. Neste sub-canal, criadores compartilham links de postagens sobre seus jogos no Twitter ou páginas no Itch.io para que outros membros do coletivo possam compartilhá-los. Através dessa forma “altruísta” de divulgação, criadores mais prestigiados na cena de RPGs independentes efetivamente “emprestam” sua popularidade aos títulos que compartilham e divulgam nas redes sociais. Criadores menos conhecidos se beneficiam quando criadores com muitos seguidores compartilham postagens e tecem elogios sobre seus novos títulos menos conhecidos. Essa forma de chancela por parte dos membros mais prestigiados cria a base da rede de ajuda mútua que se materializa externamente ao RPGLatam, especialmente no Twitter (7.2 Twitter). Esse processo, no entanto, cria uma dinâmica em que criadores menores podem passar a depender da divulgação espontânea de criadores maiores e, enquanto essa divulgação é importante para a popularização inicial de novos criadores, ela não é o suficiente para manter um nível de engajamento constante em relação a novos projetos.

Minha própria experiência com a rede de ajuda mútua exercida entre membros do RPGLatam é um bom exemplo de como ela funciona em diversas etapas do processo. O relato que se segue conta a história do desenvolvimento de um jogo de RPG independente, desde sua concepção até sua realização.

Certa noite, eu e outros membros do grupo conversávamos no canal de texto *#portuguese-only* sobre o atual cenário de RPGs e o sucesso de jogos da tradição OSR²¹. Durante o resto da noite, fantasiei sobre a possibilidade de criar um jogo dentro das linhas do OSR e imediatamente comecei a escrevê-lo, levado pelo entusiasmo. Após algumas semanas, eu tinha em mãos um texto relativamente finalizado, mas não tinha noção sobre seu nível de qualidade ou viabilidade enquanto produto. Decidi me articular entre criadores no RPGLatam e pedi para que colegas do grupo avaliassem o texto. Mande mensagens gerais no grupo, mas também abordei individualmente — através de mensagens privadas — membros que percebi que tinham uma experiência no tipo de jogo que eu estava criando. Após uma recepção amistosa por parte de alguns, pude alterar o jogo a partir dos comentários que recebi e passei para o segundo estágio de meu desenvolvimento: diagramação gráfica e testagem.

Nessa etapa, abordei um artista conhecido do grupo e pedi por seus serviços. Meu orçamento, ao que pude perceber, era muito inferior ao valor dos serviços prestados pelo artista, que estava acostumado a receber comissões internacionais com pagamento em

²¹ Sigla de *Old School Revival* ou *Old School Renaissance*, é o nome de um movimento dentro da comunidade de RPGs que almeja resgatar e/ou atualizar as mecânicas, atmosferas e temáticas dos primeiros jogos de RPG, lançados nas décadas de 70 e 80 (MALISZEWSKI, 2009).

dólar americano. Ainda assim, o artista se ofereceu a criar a capa do meu jogo sem cobrar nada a princípio, desde que dividíssemos o valor resultante de um financiamento coletivo do jogo, feito na própria plataforma Itch.io (O Itch.io não suporta financiamentos coletivos, mas criadores independentes dão uma volta nisso, como será discutido no 7.3 Itch.io). No entanto, simultaneamente a essa conversa, outro artista no RPGLatam, extremamente empolgado com a temática do meu jogo, se ofereceu voluntariamente como artista para o projeto, também executando seus serviços, a princípio, gratuitamente.

Com esse segundo artista, que veio a ilustrar grande parte do jogo, inclusive a capa, dei continuidade ao projeto. Juntos, criamos um financiamento coletivo no Itch.io e conseguimos arrecadar uma quantidade considerável de apoio financeiro, dividida de forma quase igual entre nós dois. Durante o andamento do financiamento coletivo, eu constantemente mandava mensagens no sub-canal *#self-promo* para o compartilhamento de minhas postagens sobre o jogo e o financiamento, com a esperança de que a divulgação trouxesse mais apoios para o jogo. Encontrei uma boa quantidade de ajuda entre outros membros, o que julgo ter sido essencial para o sucesso do projeto, visto que anteriormente meu nome não existia enquanto autor na comunidade de RPGs independentes. Além de Twitter, também compartilhei sobre o jogo em grupos de RPG no Facebook e Reddit e fiz postagens no Instagram em meu perfil pessoal.

Quando o financiamento alcançou um montante considerável para o projeto, fui aconselhado por membros do coletivo a buscar o apoio de uma editora de livros de RPG. Fui bem acolhido e rapidamente foi fechado um contrato para a impressão de uma versão física do jogo, vendida no site da loja. Esta possibilidade, no início do projeto, pareceria um absoluto delírio.

Uma vez que o financiamento coletivo arrecadou uma quantidade de dinheiro bem além da inicialmente requerida, me senti responsável pelo sucesso de um projeto de jogo que, pela primeira vez em minha vida, estava sujeito à vontade de outras pessoas, que haviam investido no projeto e mereciam constantes atualizações sobre o andamento do desenvolvimento. Criar um jogo é, definitivamente, trabalho. No universo dos RPGs independentes, então, essa afirmação se multiplica. Durante o desenvolvimento, eu encarnava os papéis, simultaneamente, de *game designer*, designer gráfico, diagramador, redator, tradutor, diretor de arte, profissional de marketing, gerente de projeto e contador. Nesse momento, me percebi tendo que equilibrar o desenvolvimento do jogo — que era um prazer pessoal, mas que havia se tornando também uma obrigação — com as outras responsabilidades cotidianas, especialmente as acadêmicas. Todo o esforço de entrar na

pele de um designer de RPGs independentes pareceu recompensar. Afinal de contas, ao fim desse processo, eu havia me tornado um autor de jogos de RPG publicado.

Esse relato é importante para entender os processos através dos quais o RPGLatam funciona e os tipos de sentimentos associados à prática de desenvolvimento independente de jogos. Nele, é possível perceber duas importantes temáticas inerentes à existência do grupo e discutidas anteriormente neste texto: o *free labor* e a plataformização de todo o processo, desenvolvidos a seguir.

O aspecto do *free labor* atrelado ao processo de desenvolvimento de jogos está duplamente ilustrado no exemplo acima. Primeiramente, a maior parte do desenvolvimento do jogo se deu sem que eu tivesse nenhuma certeza de que ganharia retorno financeiro. Percebi, na verdade, que minhas motivações primárias eram a criação de algo novo no universo dos RPGs e a busca por um certo reconhecimento dentro da comunidade. Desejava, é claro, criar um produto de qualidade que pudesse ser vendido e me gerar receita. No entanto, no início do processo, essa possibilidade não passava de um desejo distante. Minhas motivações e sentimentos se aproximam daquelas observadas por autores discutidos na seção 2.2 Trabalho plataformizado, em que criadores que engajam em *free labor* são motivados, entre outras coisas, por uma “euforia de um sucesso imaginado” (McROBBIE *apud* CHRISTIAENS, 2019, p. 4, tradução nossa). O outro aspecto de *free labor* encontrado no relato — e também intimamente atrelado à explicação de motivação — é a forma como os artistas inicialmente se empolgaram para participar do processo. A rede de ajuda mútua fica explícita no oferecimento de serviços sem retorno financeiro inicial, já a precarização do trabalhador criativo fica explícita no momento em que esse trabalho sem remuneração de fato se inicia. Talvez mais importante que a falta de remuneração, o *free labor* de fato se instala quando o segundo artista se põe a trabalhar no jogo sem a mínima certeza de qualquer retorno, motivado, a princípio, apenas por sua própria empolgação em relação ao projeto.

Outro importante aspecto presente no relato é a ubiquidade das plataformas durante todo o processo. Utilizei, ao longo do desenvolvimento, não menos que nove plataformas, entre aplicativos de mensagens, redes sociais, *marketplaces* e empresas de pagamentos. As plataformas cumpriram seu objetivo de me permitir divulgar meu jogo de formas que anteriormente seriam impossíveis pra mim e me utilizei de táticas que criadores no RPGLatam já se utilizavam, como a utilização de *hashtags* específicas e o apoio “não orgânico” de criadores do coletivo. As plataformas cumpriram, também, seus objetivos internos e se beneficiaram ao longo do processo. Nos *marketplaces* em que meu jogo ainda está sendo vendido, por exemplo, uma porcentagem de cada venda é repassada para as

empresas que administram os websites. Entre os efeitos mais insidiosos de todo o processo está o fato de que me tornei um usuário assíduo do Twitter, inicialmente para a promoção do jogo e participação na comunidade; atualmente, por motivos que não sei explicar.

Abaixo serão descritos os próximos cinco canais restantes no servidor do Discord RPG LATAM, com menos detalhes devido à sua pouca utilização pelos membros. Apesar de menos importantes que os anteriores, alguns ainda possuem informações relevantes para o entendimento da comunidade.

Jam and Activities. Como discutido anteriormente, a comunidade RPGLatam necessita de um esforço constante de indivíduos para manter-se unida. Desde o recente início do grupo, mantêm-se a tradição de organizar anualmente uma *game jam*, intitulada Latam Jam, com o objetivo de estimular criadores latino-americanos a criarem novos jogos e estrangeiros a criarem conteúdos adicionais para jogos de autores latino-americanos. Os sub-canais presentes em *Jam and Activities* geralmente só são utilizados quando se aproximam as datas desses eventos.

Outro evento recentemente empreendido por membros do grupo é a Translation Jam, uma *game jam* com o objetivo de traduzir jogos estrangeiros para línguas latino-americanas e, igualmente, traduzir jogos de outros criadores latino-americanos para línguas do Norte Global, dessa forma facilitando o acesso a RPGs tanto a estrangeiros quanto a latino-americanos.

Este canal também funciona como um cemitério de projetos abandonados, manifestados no servidor através de sub-canais dedicados ao desenvolvimento de tais empreitadas, como a ideia de criar coletivamente um cenário de RPG inspirado em culturas latino-americanas ou mesmo a ideia de desafios mensais, igualmente abandonada.

Mailing list Project. Mais um projeto abandonado, porém um que possui seu próprio canal e especificidades que merecem detalhamento. A ideia de criação de uma *mailing list* (lista de emails) para entusiastas do RPGLatam surgiu a partir de preocupações de alguns membros em relação à dependência que autores possuem das plataformas digitais, principalmente para a divulgação de seus jogos. Com o objetivo de criar um canal de comunicação direto com entusiastas e possíveis compradores, a ideia de uma lista de emails para o projeto RPGLatam soma o útil ao agradável: autores poderiam se comunicar de forma mais adequada com entusiastas, sem a preocupação constante de adaptar seu conteúdo às vontades do algoritmo, e, adicionalmente, autores já prestigiados somariam seus respectivos núcleos de fãs em um só local, fazendo com que entusiastas conhecessem projetos de outros autores e, assim, dividir o prestígio por entre criadores no coletivo.

Devido à falta de liderança no projeto, dificuldades pessoais dos que se comprometeram a participar e, talvez, à falta de prioridade do projeto em relação a outras responsabilidades, a ideia, até o momento, ainda não se tornou realidade. O que é importante ressaltar em relação a essa tentativa é o fato de ter sido motivada pela vontade dos criadores de se desligar de possíveis efeitos da aquisição de um meio de comunicação. Alguns membros no coletivo defendem a ideia de que enquanto criadores estiverem associados a táticas de divulgação em redes sociais, estarão consequentemente limitados em suas possibilidades de criação, já que a lógica mercadológica, mesmo na comunidade de RPGs independentes, busca certas características em seus jogos. Criadores, caso queiram encontrar sucesso ou sustento financeiro, são de certa forma obrigados a seguirem essa lógica. A criação de uma lista de emails específica para criadores do RPGLatam poderia, em tese, viabilizar formas alternativas de divulgação e permitir que criadores fossem mais livres em suas obras, sem precisarem se preocupar com algoritmos, engajamento e adaptação ao mercado.

Hanging Around. Um canal de áudio acompanhado de um sub-canal de texto, raramente utilizado. Membros se conectam neste canal quando querem discutir assuntos cotidianos sem agendamento prévio. Diferentemente do canal Boteco Latam, o idioma a ser utilizado no *Hanging Around* é o inglês.

Boteco Latam. Um canal feito para criadores (majoritariamente brasileiros) interagirem quinzenalmente em uma reunião de voz durante a noite. O evento foi iniciado com o intuito de promover maior interação entre criadores e estimular conversas sobre o cotidiano, para além dos RPGs. O nome “Boteco Latam” é dado em referência aos tipos de conversas que poderiam ser tabuladas em uma mesa de bar. Nas vezes em que pude participar, criadores conversavam amigavelmente sobre temáticas variadas como política, videogames, o sistema capitalista e, claro, o cenário atual de RPGs no Brasil e no mundo. Os encontros aconteceram ininterruptamente por alguns poucos meses e, com a diminuição da participação de um de seus principais articuladores, acabaram deixando de acontecer. Recentemente, membros tentaram resgatar a tradição, mas apenas um encontro foi organizado, sem continuidade.

A existência do Boteco Latam insinua sobre o percebido predomínio de brasileiros no servidor do Discord e na comunidade RPGLatam em geral, já que, apesar de tecnicamente aberto a todos os participantes, utiliza-se no canal a língua portuguesa tanto em texto quanto nos encontros no canal de áudio. Dos quatro moderadores no servidor, todos são brasileiros. Também é de maioria brasileira o número de membros que mais interagem no servidor. Em todas as vezes que participei, não encontrei a presença de

nenhum membro de outro país no canal de áudio do Boteco Latam e, até o momento, todas as interações no canal de texto são de criadores brasileiros. Não há, entretanto, a percepção de qualquer tensão em relação a uma maioria brasileira na comunidade. Membros de diferentes países da América Hispânica interagem amigavelmente com brasileiros e vice-versa. O que parece existir, de fato, é um esforço por parte de ambos os lados para manter a maior parte dos espaços (com a exceção do Boteco Latam e dos canais em espanhol e em português) como ambientes adequados para a interação de quaisquer membros.

Looking for Games. Por último, mas não menos importante: nem só de criar jogos vivem os membros do RPGLatam. Criadores também gostam de jogar partidas, seja de seus próprios jogos ou de quaisquer outros títulos e, para atender a essas vontades, o servidor do Discord possui um canal dedicado a partidas de RPG.

O canal possui inúmeros sub-canais dedicados a campanhas ou partidas curtas de jogos específicos, em maioria jogos criados por membros do RPGLatam. Assim como muitos dos projetos secundários do grupo, os sub-canais de jogos estão sem atividade pelos últimos meses.

A existência desse canal sela a dupla relação que criadores de RPGs independentes possuem com as obras que criam: RPGs são, ao mesmo tempo, lazer e trabalho, hobby e profissão, entretenimento e obrigação. Dessa forma, o servidor do Discord é um grupo não apenas para desenvolvedores de RPGs independentes, mas também de jogadores de RPGs e esses dois grupos, na verdade, são um só. No universo dos RPGs independentes, trabalho e lazer existem em simbiose.

3.2 Twitter

Twitter é uma rede social de “*microblogging*” com milhões de usuários ao redor do mundo. É a rede social mais utilizada por membros do RPGLatam em suas empreitadas no universo dos RPGs independentes. A maioria dos membros mais ativos no coletivo são seguidores mútuos na rede e também costumam seguir alguns dos nomes mais importantes da comunidade geral de RPGs independentes externa à América Latina, como autores prestigiados, ilustradores de livros, perfis dedicados a jogos e editoras que apoiam criadores *indie*. O subcapítulo anterior foi dividido a partir dos diferentes canais que direcionam usos do servidor no Discord. Neste subcapítulo, o texto será dividido não em diferentes seções do Twitter, mas nas diferentes abordagens da plataforma por parte de membros do RPGLatam e as práticas que se dão nesse ambiente. Dessa forma, irei primeiro discutir sobre técnicas de divulgação de jogos na rede social; a materialização da

rede de ajuda mútua fora do Discord e, por fim, a predominância da língua inglesa nas postagens.

Técnicas de divulgação. Muitos membros da comunidade utilizam em seus perfis a *hashtag* #rpqlatam, uma outra forma de criadores se encontrarem e se reconhecerem como membros do coletivo. Criadores também utilizam a *hashtag* em suas postagens, principalmente quando querem adereçar à comunidade em geral, divulgar seus jogos e projetos ou explicitar o pertencimento ao RPGLatam.

É importante ressaltar que o ambiente do Twitter promove uma maior mescla de comunidades e pessoas do que seria possível no Discord. Isso dificulta a imediata identificação de pessoas que, por ventura, não se conheçam mas participem do mesmo coletivo, como o RPGLatam. Esse é um dos motivos pelos quais criadores identificam seus perfis e suas postagens com a *hashtag* do grupo. Para vários membros, a experiência de participação no RPGLatam é completamente híbrida entre Twitter e Discord. No início, quando ainda estava me acostumando com os nomes e apelidos dos participantes, uma prática recorrente era ter contato com uma conta específica no Twitter e, logo em seguida, vasculhar o servidor do Discord para tentar encontrar o membro que correspondesse à conta. O intercâmbio entre essas duas plataformas é o mais importante na comunidade RPGLatam.

Quando desejam divulgar seus projetos, criadores recorrem ao Twitter com postagens e *threads* — um conjunto de postagens — informando sobre o jogo, geralmente acompanhadas de imagens. Ao fim dessas postagens, criadores anexam um link para a página do jogo, geralmente redirecionando para o Itch.io. Membros do RPGLatam se utilizam e compartilham entre si diversas táticas de divulgação em redes sociais em busca de aumentar o alcance de suas postagens. Dicas compartilhadas, como a inserção de exatamente quatro imagens no primeiro *tweet* da *thread*, a utilização de palavras-chave, horários específicos para postagens, uso de *hashtags* específicas e evitar colocar *links* no primeiro *tweet*, são práticas comuns utilizadas por criadores para tentar driblar possíveis limitações impostas por algoritmos e se aproveitar ao máximo de suas potencialidades.

Mesmo quando não estão divulgando seus projetos, membros do RPGLatam ainda buscam ficar ativos na rede social para se manterem relevantes. Um número qualquer de seguidores conquistado em uma postagem sobre outros assuntos pode eventualmente ser convertido em consumidores dos jogos de um criador. Para manterem um fluxo frequente de postagens, membros do RPGLatam compartilham projetos de outros autores, seus interesses em videogames, memes e, eventualmente, criam *threads* com suas opiniões sobre o cenário de RPGs em geral ou independente em específico. Um comentário comum

que pude perceber na comunidade é a ideia de que falar publicamente sobre Dungeons & Dragons — e especialmente falar mal — geralmente acirra os ânimos de uma parte da comunidade engajada e entusiasta da franquia. Consequentemente, postagens que envolvem críticas a Dungeons & Dragons tendem a angariar maiores quantidades de engajamento. Essa tática é reconhecidamente utilizada na comunidade por pelo menos um membro, que deliberadamente se utiliza da criação de polêmicas para criar uma identidade no ambiente digital e acumular uma maior quantidade de seguidores que se identifiquem com suas opiniões.

No Twitter, criadores também engajam em discussões de *RPG theorizing* (TORNER, 2018), como discutidas no subcapítulo anterior. A grande diferença entre as discussões no servidor do Discord e aquelas que se dão no ambiente do Twitter é a característica pública destas. Discussões sobre sistemas e design de RPGs em um local que concentra muitos entusiastas, como é o caso da comunidade no Twitter, tendem a aglomerar diferentes opiniões distintas quando os *posts* ganham tração. Para criadores no RPLatam, suscitar discussões públicas sobre o estado da arte dos RPGs também é uma estratégia de divulgação de seus próprios perfis. Seja comentando sobre seus próprios jogos ou sobre obras alheias, membros da comunidade que se debruçam publicamente sobre os detalhes da criação de RPGs tendem a encontrar o engajamento de uma comunidade interessada justamente nesses detalhes. Alcançar um *post* de “sucesso” é ter sua discussão transformada em uma *hashtag* momentânea na comunidade e ver suas opiniões exageradas fora de proporção.

A possibilidade, no entanto, de que criadores possam criar discussões apenas com o interesse de promover seus próprios jogos não passa necessariamente despercebida. Em uma postagem recente, um criador comenta: “por acaso existem ainda discussões que nós possamos manter? Ou nós vamos fingir que as opiniões de pessoas que não leem jogos [...] importam?” (Postagem no Twitter. Tradução nossa²²). Por mais que alguns criadores possam se manter céticos em relação à qualidade das discussões na comunidade de RPGs, elas ainda estão presentes e não dão sinais de que irão parar de existir. Adicionalmente, por mais que *RPG theorizing* possa ser utilizado por criadores como forma de divulgação, o fato de que criadores ainda engajam nessas discussões em ambientes privados, como o Discord, mostra que a autopromoção não é a motivação primária para tal prática.

Em uma das mais recentes discussões a tomar conta da comunidade, um criador questionou a decisão editorial da equipe de autores de um jogo de permitir que um livro de romance recebesse o selo de “compatível” com um sistema de jogo. A discussão se

²² No original: “Is there any important discussions we can hold? Or are we gonna pretend that the opinions of people who don't read games [...], actually matter?”

espalhou pela comunidade e se estendeu por alguns poucos dias, até efetivamente ser esquecida e encerrada uma semana depois. A quantidade relativamente baixa de *likes* e *retweets* em uma discussão que teve proporções — argumentavelmente — consideráveis na comunidade revela o verdadeiro tamanho diminuto da comunidade de RPGs independentes no Twitter.



Figura 02: “como assim COMPATÍVEL é um ROMANCE”. Primeiro tweet a iniciar a breve discussão sobre limites de compatibilidade em RPGs, iniciada no fim de setembro e encerrada no início de outubro de 2022. (Retirado do Twitter. Tradução nossa.)

As estratégias utilizadas por criadores independentes são consequências diretas da formulação material da plataforma Twitter. Criadores estão constantemente buscando formas de sobreviver nesse ambiente digital que requer a criação de conteúdo constante. Alguns membros do RPGLatam criticam a sujeição de parte da comunidade à lógica imposta pelos algoritmos da rede social. Muitos criadores, no entanto, se relacionam com o Twitter de forma paradoxal: entendem que o funcionamento da plataforma exige formas de interação que não são saudáveis, tanto do ponto de vista biológico quanto do ponto de vista artístico, mas, ao mesmo tempo, enxergam na rede social a oportunidade ideal para fazer seus jogos alcançarem públicos, que, de outras formas, seriam impossíveis de se alcançar. Também é importante ressaltar que a utilização do Twitter é virtualmente gratuita por parte de usuários, enquanto outras formas de divulgação não teriam um custo tão baixo de utilização.

Em Maio de 2022, quando circulavam pelos jornais a notícia de que o empresário Elon Musk pretendia comprar a plataforma Twitter (BETHÔNICO, 2022), membros do RPGLatam entraram em uma agitação em relação às mudanças que essa operação poderia ter na forma como utilizavam a plataforma e divulgavam seus jogos. Foi nessa época em que mais se concentraram esforços para tentar construir uma audiência sob medida para as necessidades do RPGLatam, nomeadamente a já discutida lista de emails para entusiastas do coletivo. Com o passar do tempo, os esforços foram se dissipando e as postagens no Twitter permaneceram, sem maiores mudanças perceptíveis.

O Twitter, portanto, se posiciona como a melhor, a pior e a principal forma de divulgação de projetos utilizada por membros do RPGLatam e pela comunidade de RPGs independentes em geral. Para além da vantagem da gratuidade e facilidade de criação de conteúdo para a rede, a imensa quantidade de usuários e a presença já muito bem estabelecida de uma comunidade de entusiastas de RPG já seriam motivos suficientes para investir esforços na plataforma. Criadores tentam driblar os efeitos mais negativos do algoritmo através da utilização de redes de apoio, como é o caso do RPGLatam.

Redes de ajuda mútua. O apoio mútuo exercido entre criadores no RPGLatam se inicia no servidor do Discord, mas se manifesta de fato no ambiente do Twitter. Sendo o principal local onde autores encontram seus jogadores em potencial, membros do RPGLatam compartilham *posts* e comentam sobre jogos uns dos outros na plataforma. As ações de apoio organizadas internamente no Discord são publicamente materializadas no ambiente do Twitter através de tais compartilhamentos.

Quando autores disponibilizam publicamente novas obras e pedem ajuda no canal *#self-promo* do servidor do Discord, não demora para que outros membros do grupo passem a compartilhar informações e links sobre o jogo em seus próprios perfis no twitter. Esse apoio, percebido como orgânico por pessoas de fora da comunidade interna, dá a novos criadores um espaço dentro da plataforma que seria impossível de ser obtido de outras maneiras. Em minha própria experiência como autor no RPGLatam, tive *posts* sobre meus jogos compartilhados por criadores da comunidade com mais de 2 mil e 7 mil seguidores, enquanto meu perfil tinha cerca de 120 seguidores. O apoio dessas pessoas apresentou meus projetos para públicos antes desconhecidos para mim — e para os quais eu era desconhecido.

Vale ressaltar que, durante todo esse processo, não apenas aqueles ajudados saem em vantagem. Criadores compreendem que a lógica do algoritmo em redes sociais requer deles constante atividade e geração de conteúdo, portanto, entendem que quando ajudam um novo criador, estão ao mesmo tempo criando um fluxo de atividade para suas próprias

contas. Para criadores, especialmente os menores, cada *like* e cada compartilhamento importam. Nunca se sabe quando um *post* pode se tornar um *hit* e gerar um grande fluxo de novos seguidores — e compradores em potencial.

A forma mais comum de ajuda entre membros do grupo inicia no Discord e segue para o Twitter, mas algumas práticas de apoio seguem a direção contrária. Membros comumente compartilham no Discord *posts* que levam a discussões úteis sobre o *hobby* — em mais uma iteração de *RPG theorizing* — e avisam sobre perfis na rede que consideram perigosos. Esses perfis considerados perigosos podem envolver desde contas abertamente fascistas, racistas e homofóbicas até contas de ilustradores que trabalham com NFTs ou fãs demasiadamente entusiasmados de uma certa tradição de jogos. Esses avisos podem ajudar novos membros do grupo a navegar pelos diferentes ecossistemas do universo online dos RPGs, que de fato contêm pessoas dos mais diferentes espectros políticos, habitantes de vários lugares no mundo e que se inscrevem às mais diferentes filosofias de vida,

As práticas de apoio mútuo entre criadores do RPGLatam existem como formas conscientes de contornar as limitações impostas pela existência dentro do capitalismo de plataforma. Para se organizarem, publicarem e divulgarem seus jogos, criadores no RPGLatam dependem integralmente dos avanços das plataformas, mas, ao mesmo tempo em que elas possibilitam novas oportunidades, a lógica da plataformização prioriza seus próprios interesses e seleciona aquelas práticas que acumulam maior benefício para as plataformas, o que incorre em uma constante busca por produção de novo conteúdo e constante *spamming* de divulgação que, por sua vez, se convertem em estresse e *burnout* para criadores. Inseridos nesse contexto, criadores no RPGLatam afirmam ter descoberto na existência em comunidade uma solução paliativa para esses problemas. Em entrevista, quando perguntado sobre o que achava ser o RPGLatam, um dos criadores cita a ajuda mútua como um dos aspectos definidores da comunidade:

[É] uma comunidade com a qual eu posso contar quando a indústria dos RPGs (com suas discussões, seu *grindset*, seu capital) se torna alienante demais para mim. Felizmente eu posso contar com pessoas que pelo menos entendem os tipos de crises pelas quais eu passo e de onde eu venho. E, de forma verdadeiramente latino-americana, estão sempre dispostas a estender a mão em ajuda. (Entrevista pessoal. Tradução nossa.²³)

Utilização do inglês. Assim como no servidor interno do Discord, membros do RPGLatam se comunicam com a comunidade em geral também utilizando a língua inglesa. No Twitter,

²³ No original: A community which I can turn to when the TTRPG industry (with its discourses, its grindset, its capital) becomes too alienating for me. Fortunately I'm able to reach out to people who at least understand the types of crises I go through and where I come from. And, in true latine fashion, are always willing to give a helping hand.

diferentemente do servidor do Discord, não existem regras sobre quais idiomas devem ser utilizados, no entanto, criadores mantêm a utilização do inglês devido ao caráter internacional da comunidade de RPGs independentes. Muitos criadores sinalizam em seus perfis pessoais que suas postagens podem ser em português e inglês, ou em espanhol e inglês.

Entre os brasileiros, pude perceber uma flutuação no uso de diferentes idiomas. É comum a seguinte situação: um criador compartilha um conteúdo sobre seu jogo utilizando a língua inglesa, mas recebe um comentário de um colega brasileiro utilizando o português, geralmente um elogio. Daí em diante, a conversa segue em português. Criadores transitam entre idiomas sem muitos problemas, mas se mantêm quase exclusivamente no inglês quando querem divulgar seus projetos.

Em entrevistas, membros da comunidade ressaltam a importância da utilização do inglês, principalmente no Twitter, e enfatizam um sentimento de que não há outra escolha a não ser se comunicar com o público internacional:

Eu foco no inglês para minhas publicações já que os países que falam essa língua são os principais consumidores de jogos *indie*. O mesmo com a parte de publicidade, eu nem faço anúncios dos meus jogos em espanhol, geralmente não vale o esforço. (Entrevista pessoal. Tradução nossa.²⁴)

Utilizar a rede social Twitter como principal forma de divulgação e um local onde criar discussões em comunidade traz vantagens e desvantagens. Por um lado, criadores independentes podem construir um canal eficiente de comunicação com seu público investindo apenas seu tempo pessoal. Por outro lado, a construção de tal canal exige a adequação a certas lógicas associadas ao capitalismo de plataforma, como a criação constante de conteúdo e, talvez mais grave, uma prioridade àqueles conteúdos que se alastram mais facilmente nos ambientes digitais, ou seja, obras com características alinhadas à lógica de consumo já existente nos RPGs independentes, em detrimento de potenciais inovações na linguagem dos RPGs.

3.3 Itch.io

O Itch.io é a primeira escolha de criadores do RPGLatam para disponibilizarem seus jogos. É um *marketplace* digital, uma plataforma em *website* que permite que usuários cadastrados comprem e baixem jogos de usuários criadores que disponibilizam obras, gratuitamente ou não. Cada produto disponibilizado na plataforma possui uma página própria, que pode ser personalizada graficamente dentro dos limites do website. Além de

²⁴ No original: I focus on english for the releases as the english speaking countries are the biggest customers when it comes to indie games. The advertising part is the same, I don't even advertise in Spanish, it's usually not worth the effort.

jogos, também são disponibilizados no Itch.io recursos gráficos e sonoros, jogos para imprimir, ferramentas para desenvolvimento, livros de romance, entre outras coisas.

Durante a pesquisa e minha própria utilização da plataforma, pude perceber três motivos principais pelos quais o Itch.io parece ser tão atraente para criadores do RPGLatam. O primeiro motivo é o fato da plataforma permitir a personalização da distribuição de receita, ou seja, a porcentagem do valor redirecionado ao Itch.io por cada venda. Enquanto o padrão para *marketplaces* que distribuem jogos digitais é o de tomar 30% para si, o Itch.io sugere um valor de 10% para cada venda e, ainda assim, permite que usuários personalizem esse valor para mais ou para menos, declarando que confiam em sua comunidade para garantir a manutenção da plataforma. Para criadores na América Latina, onde cada dólar vale muito, essa funcionalidade, atrelada às descritas a seguir, certamente tem um peso na escolha do *marketplace*.

O segundo motivo é fortemente associado à ideia de acessibilidade. Graças a plataformas de pagamento, como o PayPal, usuários de muitos lugares no mundo são capazes de se cadastrar no Itch.io e vender ou comprar produtos no website. Isso não é verdadeiro para outras plataformas conhecidas dos RPGs, como o Kickstarter, que não permite que habitantes da América do Sul criem projetos de financiamento coletivo em sua plataforma. Mesmo assim, o Itch.io possui limitações em relação à localização de seus usuários e ocasionalmente membros do RPGLatam surgem com dúvidas sobre as formas de pagamento operadas pela plataforma. Ainda assim, o Itch.io parece ser o *marketplace* mais acessível para criadores de RPGs independentes do Sul Global.

O terceiro motivo não é inerente à plataforma, mas à comunidade dos RPGs. Quando iniciei a pesquisa, pude perceber que o Itch.io já estava fortemente estabelecido como o principal local para disponibilizar e adquirir RPGs independentes nessa comunidade. Apesar de existir pelo menos outro *marketplace* famoso dedicado à venda de RPGs, o DriveThruRPG, a comunidade de criadores independentes parece ter centralizado o Itch.io como seu *hub* de distribuição digital de jogos, sem deixar de lado outras opções. No momento da escrita deste texto, o Itch.io conta com cerca de 11.800 títulos com a *tag* “*Role Playing*” na categoria de “*Physical Games*”.

Tendo em mente algumas das razões pelas quais criadores podem escolher o Itch.io em detrimento de outras plataformas, e considerando também esse *marketplace* como o principal local de distribuição de jogos do RPGLatam, este subcapítulo se dedica a entender como criadores interagem e se utilizam dessa plataforma para seus próprios objetivos. Discutiremos, primeiro, algumas características materiais comuns a diversos

jogos do RPGLatam para, em seguida, mostrar como criadores se apropriam da plataforma para distribuir seus jogos.

Ao longo deste subcapítulo, utilizo alguns exemplos de jogos, encontrados em *collections* na plataforma. No Itch.io, *collections* são listas nas quais jogos podem ser adicionados. Usuários organizam *collections* de acordo com seus diferentes interesses, como jogos que se encaixam em um gênero específico ou que gostariam de experimentar. Alguns criadores no RPGLatam criaram e mantêm *collections* dedicadas a reunir os jogos criados pela comunidade RPGLatam, de onde coletei os exemplos. Pude encontrar três *collections* mantidas por membros da comunidade, uma atualizada a 17 dias, outra atualizada a 7 dias e a terceira atualizada a 24 dias da escrita deste texto. Cada uma das *collections* possui, respectivamente, 412, 389 e 286 obras de criadores latino-americanos. Mesmo que muitos dos títulos sejam repetidos entre as *collections*, esses números atestam a quantidade de materiais produzidos por autores da América Latina, sem contar aqueles materiais que não foram adicionados nas *collections*, não estão no Itch.io ou foram criados antes do surgimento da plataforma.

Jogos do RPGLatam. Uma das principais limitações impostas pelo Itch.io, provavelmente devido ao seu foco em *videogames*, é que a plataforma não possui qualquer suporte para a venda de material impresso ou físico. Essa falta de suporte, aliada a dificuldades com logística, valores de fretes internacionais, maior complexidade de diagramação e maior risco financeiro, pode explicar porque a grande maioria dos RPGs independentes — o que inclui os jogos criados no RPGLatam — são distribuídos de forma digital no formato de PDFs simulando livros e livretos. Materiais criados por membros do RPGLatam costumam ter entre 01 a cerca de 60 páginas, em formato A5 ou A4. A dimensão e a extensão dependem do tipo de material, que pode ser um sistema completo de jogo, um RPG de panfleto, uma *fanzine*, uma aventura única, um compêndio de aventuras ou mapas, sistemas de novos personagens ou itens, etc. Ocasionalmente, criadores se aventuram para produzir obras em formatos menos convencionais no âmbito dos RPGs, como jogos que cabem em cartões de visita, páginas interativas em HTML para geração aleatória de personagens ou fichas de personagens que simulam a forma de embalagens de figuras de ação dos anos 80. Como discutido anteriormente, criadores estão constantemente tentando expandir as fronteiras da linguagem dos RPGs e isso, muitas vezes, se reflete na concepção de suportes inusitados.

Discute-se na comunidade o fato de muitos materiais produzidos no RPGLatam possuírem características de estilos visuais arrojados, buscando um design gráfico que se afasta do minimalismo e utiliza cores fortes, tipografia não-convencional e maior interação

entre imagens e texto. Muitos criadores no RPGLatam possuem alguma experiência em design gráfico, seja amadora ou profissional, o que facilita o processo de criação de material para os jogos. Aqueles criadores que não possuem tanta experiência requisitam os serviços *freelancer* de designers editoriais e ilustradores, que são pagos em dinheiro ou na forma de escambo de serviços.

Quando a opção de contratação de serviços não está disponível, criadores se apropriam das inúmeras dicas, guias e tutoriais fornecidos por membros da comunidade de RPGs independentes sobre como criar material gráfico para seus jogos. Uma das práticas de criação mais presentes entre membros do RPGLatam é a utilização de imagens de domínio público para composição gráfica dos materiais. Membros enxergam em antigas litogravuras, xilogravuras e pinturas a oportunidade perfeita para estilizar seus jogos sem ter a necessidade de criar novas ilustrações ou pagar ilustradores ou bancos de imagens. Essa espécie de gambiarra é um reflexo das dificuldades financeiras pelas quais criadores independentes passam em seus contextos latino-americanos. Para muitos criadores, o design de jogos é um *hobby* que nem sempre traz retorno financeiro e, já que a contratação do serviço de ilustradores muitas vezes pode gerar orçamentos caros e as vendas dos jogos não são uma certeza, se torna necessário buscar soluções alternativas para garantir que a criação de RPGs represente um ganho financeiro ao invés de um prejuízo. Dentro da comunidade, a utilização de imagens em domínio público é não somente uma prática comum, mas uma sugestão consciente, deliberadamente disseminada entre criadores do grupo e frequentemente apontada como alternativa viável para composição dos jogos.



Figura 03: Esquerda: exemplo de página dupla do jogo Noctis Labyrinth (2022), de MRDR HOBO. Direita: verso do panfleto Backpacks & Dreams (2021), de M.A. GUAX, utilizando arte de domínio público modificada.

Jogos criados por membros do RPGLatam tendem a possuir um menor volume de regras. Enquanto uma coleção básica de Dungeons & Dragons 5E (Wizards of the Coast, 2014), por exemplo, conta com três volumes totalizando 992 páginas, criadores no RPGLatam sentem-se satisfeitos com os chamados “RPGs de uma página” ou “RPGs de panfleto”. Talvez por limitações de tempo, ou por dissidência em filosofias de game design, os motivos para uma diferença tão drástica em tamanho de estrutura entre jogos de uma mesma categoria devem ser explorados em outro trabalho. O que é importante entender, no âmbito desta pesquisa, é que criadores independentes no RPGLatam em geral gostam de entender seus materiais como sintetizados e abertos à interpretação.

Apesar dessas percepções, tentar enxergar características em comum nos jogos do RPGLatam é um esforço não muito recompensador. Para cada jogo com visual arrojado, é possível encontrar um título com uma diagramação tradicional. Para cada jogo que utiliza imagens em domínio público, é possível encontrar títulos com ilustrações próprias, rabiscos ou mesmo apenas em texto. Em realidade, jogos do RPGLatam são tão variados quanto o ecossistema de RPGs independentes permite. Talvez, na verdade, os principais fatores em comum que de fato unam os jogos criados por membros do RPGLatam sejam o uso do dólar e do inglês e suas formas de distribuição, paralelamente possibilitadas e limitadas pelas plataformas utilizadas pelos autores.

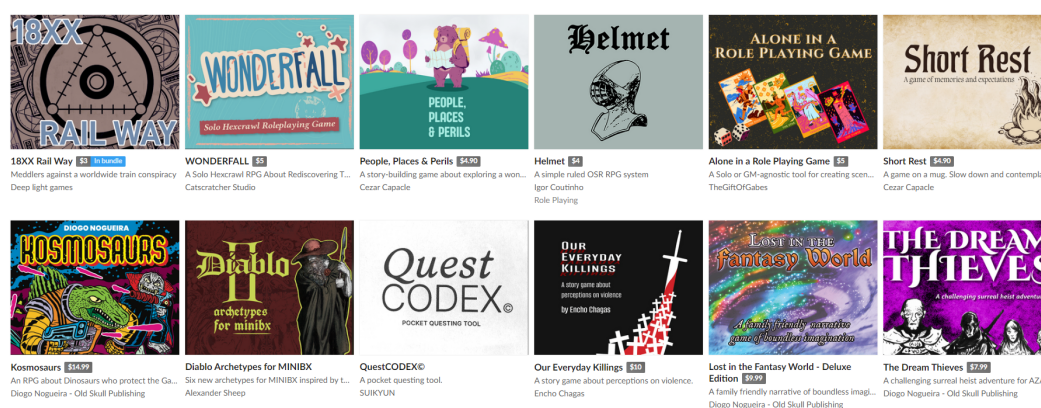


Figura 04: Trecho de jogos da *collection Brazilian Tabletop Games*, criada pelo usuário Emanuel Melo. É possível perceber a diversidade de estilos visuais entre os títulos. Print feito pelo autor.

O dólar e o inglês. Duas características comuns a grande parte dos jogos criados no RPGLatam são a utilização da língua inglesa e a venda em dólar. Plataformas como o Itch.io ou o DriveThruRPG não possibilitam a venda de produtos em moeda brasileira e, mesmo que permitissem, criadores no grupo não demonstram muitas intenções de que iriam fazê-lo. Vender seus jogos em dólar significa que um produto de baixo custo para um cidadão do Norte Global se converte em uma considerável complementação de renda para

alguns criadores do Sul Global. Essa diferença no valor das moedas permite que criadores do RPGLatam cobrem menos por seus jogos do que a média estabelecida para esses produtos, apesar das súplicas por parte de outros criadores no grupo para que autores aumentem seus preços e valorizem seu trabalho.

Essa espécie de *offshoring* criativo (FERNANDÉZ; VALENCIA, 2013), em que trabalhadores do Sul Global podem suportar compensações monetárias mais baixas por seu trabalho, fazendo, conseqüentemente, com que habitantes do Norte Global possam pagar mais barato por seus produtos, não é colocada como uma discussão constante entre membros do grupo. Os fundamentos para a existência de tal *offshoring* estão dados, mas a certificação desse processo exigiria um estudo mais aprofundado sobre os preços de jogos advindos do Sul Global em comparação aos jogos de outras regiões do mundo e como essa diferença de preços impactaria possíveis compradores.

Na relação entre jogos do RPGLatam e o público internacional, tanto a venda em dólar quanto a utilização do inglês nos materiais são fatores fundamentais. Assim como o inglês é a língua franca na comunidade dos RPGs independentes, ele também é o idioma básico utilizado nos jogos. Como comentado anteriormente, existe entre os participantes da comunidade a noção generalizada de que jogos em português não possuem o mesmo alcance de jogos em inglês. Esse sentimento por vezes se manifesta de forma a dar a entender que o público brasileiro ativamente evita certos tipos de jogos, como os feitos no RPGLatam.

Por outro lado, em entrevistas, criadores brasileiros no RPGLatam relatam que alguns membros do grupo já foram verbalmente atacados por escolherem disponibilizar seus jogos em inglês, com acusações de que estariam interessados somente no mercado internacional e não no público brasileiro. Para membros do RPGLatam, o motivo para a escolha do inglês é muito simples: é uma língua mais utilizada que o português e, portanto, há mais chances de o jogo ser lido — e comprado — se estiver em inglês.

Esse contexto coloca criadores no RPGLatam em uma situação complexa. Autores do grupo estão muito preocupados em tornar seus jogos acessíveis para pessoas sem condições de comprá-los em dólar, especialmente potenciais jogadores do Sul Global. Essa impossibilidade pode se manifestar na forma de falta de condições financeiras ou falta de acesso logístico, como a dificuldade que certas plataformas impõem a certos países. Ao mesmo tempo, alguns desses criadores estão empenhados em transformar seu *hobby* de criação de jogos em uma fonte complementar de renda — ou uma fonte primária, em sonhos distantes.

Essas duas vontades, no entanto, são majoritariamente incompatíveis. Para garantir qualquer tipo de lucro considerável, criadores de RPGs devem maximizar seus ganhos, porém, isso significa colocar todos os seus conteúdos por trás de uma barreira de pagamentos e, conseqüentemente, torná-los inacessíveis para muitas pessoas. Para viabilizar vontades opostas e para possibilitar a continuação no ambiente de criação de jogos independentes, criadores no RPGLatam se utilizam de diversas estratégias de distribuição, algumas das quais não necessariamente previstas no design das plataformas utilizadas.

Distribuição no Itch.io. Além de venderem ou disponibilizarem gratuitamente seus jogos no Itch.io, criadores também se utilizam de outras formas de distribuição na própria plataforma para garantirem o consumo de seus materiais. Algumas dessas formas de distribuição se utilizam de características da plataforma e subvertem seus objetivos projetados de forma a auxiliar autores a alcançarem seus objetivos pessoais. As três principais formas de distribuição utilizadas por esses criadores que se destacaram durante a pesquisa foram o *itchfunding*, os *bundles* e as *community copies*.

Plataformas internacionais renomadas de financiamento coletivo, como o Kickstarter, não permitem que usuários do Sul Global criem projetos de financiamento. Isso barra o acesso de criadores da América Latina, por exemplo, à criação de projetos de financiamento coletivo internacionais. Para tentar dar a volta nessa limitação, criadores de RPGs independentes se aproveitam de uma funcionalidade do Itch.io para criar pseudo-financiamentos coletivos na plataforma, batizados de *itchfunding*.

Em financiamentos coletivos tradicionais, autores criam um projeto e determinam a duração de uma campanha durante a qual pessoas interessadas podem investir no projeto. O projeto possui um valor alvo de arrecadação. Caso esse valor seja atingido durante a campanha, os autores recebem o montante e devem entregar o projeto e recompensas aos apoiadores. Caso o valor não seja atingido, cada apoiador recebe de volta seu valor investido. Durante a campanha, organizadores costumam anunciar frequentemente as porcentagens de financiamento do projeto.

Itchfundings, por sua vez, são tratados como financiamentos coletivos, mas ambos possuem poucas coisas em comum. Criadores de RPG independentes se aproveitam de uma funcionalidade do Itch.io que adiciona uma barra de progresso de vendas em jogos com desconto. Dessa forma, esses autores simulam o sentimento de um financiamento coletivo, sem realmente as características comuns a esse tipo de angariação de fundos. Criadores tendem a criar versões mais simples de seus jogos e disponibilizá-los no Itch.io na forma de *itchfunding* e, dessa forma, angariar orçamento para ilustrações e diagramação

profissional. A grande diferença entre os dois formatos é que, nos *itchfundings*, caso o objetivo de financiamento não seja cumprido, o dinheiro investido não retorna aos apoiadores.

O que existe de comum entre os dois formatos é que, ao comprar os jogos ainda incompletos e com desconto, jogadores estão efetivamente ajudando a financiar o projeto de um jogo que ainda não existe em sua completude. Criadores se utilizam da criatividade para pensar em recompensas a essas pessoas que apostam na ideia do jogo mesmo antes de estar completo. *Itchfundings* são efetivamente processos de menor importância dentro do ecossistema de RPGs independentes, mas existem como uma importante alternativa para criadores que não têm acesso às plataformas convencionais de financiamento coletivo.

A segunda forma de distribuição importante que encontramos nos RPGs independentes são os *bundles*, esses, sim, previstos no projeto de design da plataforma Itch.io. *Bundles* são “pacotes” de jogos vendidos em conjunto, geralmente por um preço menor do que a real soma do preço de todos os itens. *Bundles* são uma outra forma de “empréstimo de prestígio” no universo dos RPGs independentes. Compradores podem ser atraídos a adquirir um *bundle* devido à presença de jogos mais famosos e, no processo, acabam também por adquirir jogos menos conhecidos.

Outro motivo que compradores têm para adquirir *bundles* são as causas sociais que alguns deles clamam apoiar. Alguns *bundles* são organizados com o objetivo específico de ajudar a angariar fundos para organizações de justiça social. O *Bundle for Racial Justice and Equality* (*Bundle* pela Justiça Racial e Igualdade, em inglês), criado em 2020 no Itch.io, uniu quase 2000 jogos digitais e RPGs independentes por 5 dólares, angariando mais de 8 milhões de dólares. Nesse *bundle*, jogos prestigiados, como Celeste (Extremely OK Games, 2018) e Night in the Woods (Infinite Fall, 2017) estavam lado a lado de títulos bem menos conhecidos.

Em *bundles* cujo dinheiro arrecadado não vai para projetos sociais, autores de cada jogo no Itch.io recebem automaticamente uma parte do montante, de acordo com a porcentagem de divisão de receita previamente estabelecida: ela pode ser igualmente distribuída entre todos os participantes ou proporcionalmente distribuída de acordo com a quantidade e o preço dos jogos de cada criador.

Bundles oferecem a criadores menores uma oportunidade de se associarem a títulos mais conhecidos e a se beneficiarem do prestígio compartilhado. No ecossistema de RPGs independentes e no RPGLatam, o sucesso dos *bundles* é um fato conhecido e difundido. Um *bundle* de criadores do RPGLatam angariou, em 2022, mais de 1,5 mil dólares, divididos entre diversos criadores da comunidade. A receita do *bundle* foi dividida

igualmente entre todos os criadores e para alguns, como eu, foi o primeiro tipo de receita de qualquer tipo recebido através das vendas de meus jogos. Sem o prestígio compartilhado de títulos mais conhecidos no *bundle*, isso seria menos possível.

Dentre todas as formas diferenciadas de distribuição de jogos, as *community copies* são provavelmente as mais comuns e as que melhor representam a forma de pensar de criadores no RPGLatam. O Itch.io permite que vendedores criem sistemas de recompensas para compradores que pagam valores adicionais a jogos: produtos são vendidos por um valor determinado, mas quando são comprados por um valor maior, conteúdo adicional é desbloqueado ao comprador. Essa funcionalidade de *rewards*, como é chamada oficialmente, é utilizada por criadores de RPGs independentes de forma inversa, através do que se convencionou chamar de *community copies* (cópias comunitárias, do inglês).

Ao invés de disponibilizar conteúdo adicional a compradores que pagam mais, autores disponibilizam o conteúdo básico do jogo de forma gratuita, através de tais cópias comunitárias, mas pedem que apenas pessoas que realmente precisam se utilizem dessa forma de distribuição. Criadores ocasionalmente sugerem que jogadores em dificuldade financeira ou que habitam o Sul Global estão autorizados a utilizarem as cópias comunitárias. Na prática, no entanto, é impossível fazer cumprir tais requisitos, já que as cópias comunitárias estão disponíveis a qualquer usuário que acesse a página do jogo. Dessa forma, criadores contam com a boa vontade dos consumidores enquanto arriscam perder vendas em potencial.

Para tentar driblar essa possibilidade de prejuízo, criadores do RPGLatam podem complexificar a funcionalidade das *community copies*, estabelecendo, por exemplo que cada cópia do produto comprada torna disponível uma cópia comunitária, em um sistema que espelha o “compre 1, doe 1”. Essa funcionalidade, no entanto, não existe no Itch.io e as cópias disponibilizadas dessa forma devem ser manualmente adicionadas a cada unidade comprada. Outra forma que criadores encontraram para facilitar o acesso aos jogos e limitar seus prejuízos é a separação linguística. Enquanto o jogo em inglês está sendo vendido por seu valor em dólares, o mesmo jogo em português ou espanhol é distribuído gratuitamente ou a um valor muito mais baixo em outra plataforma.

Community Copies

For anyone who'd like to play our game but cannot afford it right now, feel free to grab one of our Community Copies - especially if you're under financial hardship or part of the Global South!

Each new sale adds 2 Community Copies to the pool, and for every extra \$2 tip, we'll add another one!

Regardless, we'll try to always leave at least a couple of them available - but if there are none and you *really* want to play it, send us an e-mail or a tweet and we'll send you a copy ASAP!

[Claim access](#) 8 remaining

Figura 05: *Box de community copies* do jogo Push to the Top (2022) de Catscratcher Studio, atualmente com 8 cópias restantes, com duas cópias adicionadas para cada 2 dólares de gorjeta. O texto diz: “Para qualquer pessoa que gostaria de jogar nosso jogo mas não tem condições no momento, sinta-se livre para obter uma de nossas cópias comunitárias - especialmente se você estiver passando por dificuldades financeiras ou se for parte do Sul Global!”. Tradução nossa. Print feito pelo autor.

Enquanto escrevo este subcapítulo e digito estas palavras, criadores no RPYGLatam estão discutindo sobre as diferenças de arrecadação de receita entre os *marketplaces* Itch.io e DriveThruRPG. Um criador comenta que vendas no DriveThruRPG são mais constantes e a plataforma oferece melhores formas de divulgação paga. Outro declara que seus jogos encontram mais vendas no Itch.io pois é onde ele consegue encontrar seu público. Independentemente de qual plataforma concentra mais jogos, é ao redor do Itch.io que parte da comunidade de RPGs independentes se concentra. Talvez por possuir características que o assemelham a uma rede social ao invés de somente um *marketplace*, talvez por suas porcentagem de distribuição de receita serem mais atraentes.

* * *

Este capítulo apresentou e discutiu o coletivo RPYGLatam a partir de suas principais plataformas, contextualizando-o como um fenômeno intimamente relacionado aos efeitos da plataformização da sociedade. As descrições desenvolvidas foram resultado de cerca de um ano de observação-participante, empreendida por este autor. O foco nas práticas dos participantes e em suas interações com as plataformas digitais serviu não somente para entender como o capitalismo de plataforma impacta trabalhadores da indústria criativa, mas também como criadores que se encontram em posições menos privilegiadas podem se utilizar de *affordances* das plataformas para criar novas estratégias de divulgação e distribuição de suas obras. Para além das práticas cotidianas, também foram abordados certos valores políticos compartilhados entre membros do RPYGLatam. Um posicionamento político de esquerda e o apoio por diversas pautas consideradas progressistas são importantes características definidoras do grupo, mesmo que isso não esteja expressamente indicado de forma direta.

4 Considerações finais

No fim da década de 1970, Gary Alan Fine (1983) inicia seu livro *Shared Fantasy* explicitando o tamanho diminuto e a pequena relevância das comunidades de jogadores de RPG, justificando a importância de seu trabalho através das informações potencialmente valiosas que poderiam ser aprendidas sobre aquele grupo. Se, naquela época, essas declarações eram verdadeiras, hoje elas já deixaram de ser realidade. Nos últimos anos, os RPGs têm crescido tanto em sua popularidade quanto em sua capacidade de movimentar o mercado cultural, com a criação não apenas de novos jogos, mas também de inúmeros produtos transmidiáticos diretamente relacionados.

Aquela pequena subcultura de lazer, explorada por Fine, desenvolveu-se socialmente e economicamente e, hoje, seu principal representante, *Dungeons & Dragons*, é um marco da cultura pop, angariando milhões de fãs e dólares a cada ano. Terranova (2000) discute como subculturas de lazer, como é o caso da comunidade de jogadores de RPG, sempre tiveram uma tendência a serem assimiladas pela lógica do capital multinacional, por mais transgressoras que possam vir a parecer. Enquanto fãs se voltam para as características de estilo ou significado cultural de uma subcultura, as práticas que os envolvem em tal comunidade geralmente assumem a característica de consumo: consumo de roupas, músicas, filmes, livros ou outros artefatos relevantes.

Classificar o coletivo RPGLatam como uma subcultura não é um dos objetivos deste trabalho, no entanto, o coletivo certamente compartilha características definidoras de uma subcultura. Adicionalmente, posicioná-lo como uma subcultura dentro da subsociedade de jogadores e criadores de RPG pode nos ajudar a entender sua relação com o capitalismo em uma dimensão prática. Para Fine (1983), uma subcultura é definida a partir de três características principais: 1) Uma rede de comunicação através da qual membros podem compartilhar informações importantes; 2) Membros da comunidade devem se enxergar como parte dela; e 3) Indivíduos externos à comunidade devem identificar seus membros como parte de um grupo.

A observação participante empreendida e desenvolvida no capítulo anterior demonstrou a existência dessas características dentro da comunidade RPGLatam. Redes de comunicação são deliberadamente criadas e mantidas com o objetivo de compartilhar informações e propiciar discussões dentro da comunidade, membros do grupo possuem uma forte identificação com o rótulo e se sentem pertencentes ao grupo e outros indivíduos e grupos dentro da comunidade de RPGs, como jornalistas, sites de notícias e grupos de designers, reconhecem o RPGLatam como uma comunidade formada. Por mais que o número de criadores ativos no RPGLatam seja ínfimo dentro do universo total de designers

e jogadores de RPG, entendê-lo como uma subcultura dentro desse cenário maior revela a tensão entre o objetivo político do grupo e suas práticas dentro do sistema capitalista. Para Terranova (2000), quando membros de uma subcultura trabalham ativamente na criação de bens culturais, esse trabalho criativo não é posteriormente apropriado por uma estrutura capitalista vigente, ele é, na verdade, desde o início criado e canalizado dentro dessa estrutura.

Esse aparente paradoxo existe no cerne da criação do RPGLatam, assim como de outras subculturas. Criticar aspectos do sistema vigente enquanto, ao mesmo tempo, adaptar-se a ele para vender produtos ou apontar para os absurdos perpetrados pelo sistema é uma realidade diária refletida nas práticas do RPGLatam e nos discursos de seus membros. As práticas reveladas nesta pesquisa manifestam essa contradição. As formas como criadores independentes de RPG interagem com os efeitos do capitalismo de plataforma mostram tanto um desejo por retorno financeiro, quanto a vontade por mudança social. Essa situação observada se complexifica a partir da consideração de que membros do grupo pesquisado ocupam simultaneamente dois importantes contextos sociais: O da identidade geopolítica e cultural de habitar e ter nascido na América Latina e, em segundo lugar, o contexto do trabalho afetivo imaterial e do *free labor*.

Dentre as práticas descritas no capítulo anterior, alguns exemplos são capazes de explicitar a maneira como membros do RPGLatam equilibram seus objetivos financeiros e sociais. A formação de uma rede de apoio mútuo no grupo ilustra esse processo: criadores buscam o sucesso de seus projetos contando com a ajuda de companheiros da comunidade, empenhando-se para fazer o mesmo quando for a vez de seus colegas pedirem sua ajuda. Essa prática é acompanhada por um discurso que argumenta que o crescimento e o sucesso em comunidade sempre serão mais eficientes e duradouros do que o sucesso individual. Similarmente, a prática de utilizar a língua inglesa nos jogos e em sua divulgação é uma decisão que beneficia financeiramente os autores, mas que também é acompanhada de um discurso politizante, com argumentos de que o foco no público internacional ajuda a trazer visibilidade para as obras produzidas fora do centro capitalista mundial. Esse conjunto de esforços, que envolvem não somente a criação de projetos, mas também a divulgação de obras alheias, entram em choque com a realidade de que, para muitos criadores de RPG, esse trabalho criativo é performado como um hobby: praticado em momentos de lazer e com uma menor prioridade em relação às outras atribuições de cada criador, como família, estudos ou emprego. Entender a criação de RPGs como lazer, no entanto, não é visto como algo pejorativo por criadores, o que ajuda a posicionar as atividades de membros do RPGLatam como *free labor* ou *hope labor*, considerando o elemento de lazer e

voluntariedade associado a esse tipo de trabalho. Essas práticas revelam as dinâmicas de interação entre os efeitos do capitalismo de plataforma e a criação de jogos de RPG independentes no contexto do Sul Global.

Por mais que os resultados desta dissertação sejam referentes a um grupo relativamente pequeno de criadores independentes e por mais que o contexto do objeto seja totalmente voltado para os *role-playing games*, a intenção desta pesquisa é que as observações aqui contidas e desenvolvidas sejam potencialmente pertinentes para o entendimento de outros âmbitos da indústria criativa plataformizada, como grupos de profissionais que trabalham com ilustração, animação, programação e outras atividades consideradas trabalho criativo que estejam intimamente relacionadas aos efeitos da plataformização.

Na época do início desta pesquisa, no começo do ano de 2021, a popularidade do coletivo RPGLatam parecia estar crescendo velozmente. Durante o período da pesquisa e escrita deste texto, a empolgação inicial parece ter diminuído e o número de eventos, financiamentos coletivos e lançamentos de jogos parece ter atingido um platô mais ou menos constante. A comunidade geral de criadores e jogadores de RPGs segue empolgada, criando novos jogos e discutindo teorias sobre RPGs e sobre os mais recentes desenvolvimentos dessa indústria. Jogos de RPG, seus processos de criação, produção e distribuição, bem como sua comunidade e subculturas, são objetos que podem guardar valiosas informações sobre questões pertinentes às áreas de *game studies*, economia política, cultura de fã e comunicação.

5 Referências

- ABRAMSOM, Ashley. **Burnout and stress are everywhere**. American Psychological Association, vol. 53, n. 1, 01 de janeiro de 2022. Disponível em: <<https://www.apa.org/monitor/2022/01/special-burnout-stress>>. Acesso em: 19 de Maio de 2022.
- ABRASEL**: Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. Empresas rivais desenvolvem medidas para reagir ao monopólio do Ifood no Brasil., 2022. Disponível em: <<https://abrasei.com.br/noticias/noticias/rivais-desenvolvem-metodos-para-reagir-ao-monopolio-do-ifood-no-brasil-1/>>. Acesso em: 10 de Maio de 2022.
- ALHA, Kati; KOSKINEN, Elina; PAAVILAINEN, Janne; HAMARI, Juho; KINNUNEN, Jani. Free-to-Play Games: Professionals' Perspectives. In: **Proceedings of Nordic DiGRA**, 2014. Disponível em: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/123089/free-toplay_games_professionals_2014.pdf?sequence=2> Acesso em: 01 de Junho. de 2022.
- ANGWIN, Julia; LARSON, Jeff; MATTU, Surya; KIRCHNER, Laura. Machine Bias: There's software used across the country to predict future criminals. And it's biased against blacks. **ProPublica**, 23 de Maio de 2016. Disponível em: <<https://www.propublica.org/article/machine-bias-risk-assessments-in-criminal-sentencing>>. Acesso em: 10 de Maio de 2022.
- APPELCLINE, Shannon. A BRIEF HISTORY OF GAME #1: WIZARDS OF THE COAST: 1990-PRESENT. **RPGNet**, 03 de Agosto de 2006. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20060824022118/http://www.rpg.net/columns/briefhistory/briefhistory1.phtml>>. Acesso em: 01 de Junho de 2021.
- BAILEY, Kat. **Phil Spencer: Xbox Game Pass Is 'Very, Very Sustainable,' Not 'Burning Cash'**. IGN, San Francisco, 22 de abril de 2022. Disponível em: <<https://www.ign.com/articles/xbox-game-pass-sustainable-phil-spencer>>. Acesso em: 10 de Junho de 2022.
- BANKS, M. **The politics of cultural work**. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 2007.
- BARBROOK, Richard. The High-Tech Gift Economy. In: BOSMA, Josephine, et al. (org.). **Readme, Filtered by Nettime: ASCII Culture and the Revenge of Knowledge**. New York: Autonomedia, 1999. p. 132-138.
- BECKHELLING, Imogen. Assassin's Creed Valhalla is selling XP boosts for cash now. **Rock, Paper, Shotgun**, Halstead, 17 de dezembro de 2020. Disponível em: <<https://www.rockpapershotgun.com/assassins-creed-valhalla-is-selling-xp-boosts-for-cash-now>>. Acesso em: 01 de Junho de 2022.
- BELLEFLAMME, Paul; PEITZ, Martin. **The Economics of Platforms: Concepts and Strategy**. Cambridge: Cambridge University Press, 2021.
- BERNARDO, André. **Precisamos falar sobre Burnout**. Veja, São Paulo, 20 de maio de 2019. Saúde. Disponível em: <<https://saude.abril.com.br/especiais/precisamos-falar-sobre-burnout/>>. Acesso em: 19 de Maio de 2022.

BETHÔNICO, Thiago. **Elon Musk compra o Twitter por US\$ 44 bilhões**. Folha de São Paulo, São Paulo, 25 de abril de 2022. Economia. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/04/elon-musk-compra-o-twitter-por-us-44-bilhoes.shtml>> Acesso em 10 de outubro de 2022.

BRAZ, Matheus. Heteromação e microtrabalho no Brasil. **Sociologias**, [s. l.], vol. 23, n. 57, p. 134-172, 2021.

BROWN, Wendy. **In the Ruins of Neoliberalism: The Rise of Antidemocratic Politics in the West**. New York: Columbia University Press, 2019.

BURGESS, Matt. **All the Ways Spotify Tracks You—and How to Stop It**. Wired, San Francisco, 07 de agosto de 2021. Security. Disponível em: <<https://www.wired.com/story/spotify-tracking-how-to-stop-it/>>. Acesso em: 19 de Maio de 2022.

CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens: A máscara e a vertigem**. Petrópolis: Vozes, 2017.

CARNEIRO, Alexander; FALCÃO, Thiago. Daily Quests nos Jogos Digitais Online e o Trabalho no Contexto do Capitalismo Digital. *In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 44, 2021, online.

CARNEIRO, Alexander; FALCÃO, Thiago. A Desobediência Epistêmica do Grupo RPGLatam. *In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 45, 2022, João Pessoa.

CATARSE. Campanha Nerdcast RPG: Coleção Cthulhu faz história no crowdfunding da América Latina. **Catarse Blog**, 14 de dez de 2020. Disponível em: <<https://blog.catarse.me/post/campanha-nerdcast-rpg-colecao-cthulhu-faz-historia-no-crowdfundin-g-da-america-latina>> Acesso em: 28 de mar de 2022.

CHRISTIAENS, Tim. The entrepreneur of the self beyond Foucault's neoliberal *homo oeconomicus*. **European journal of Social Theory**, vol. 1, n. 19, p. 1-19, 2019.

COEMA, Dara. O que es(x)pecta o gamer no jogo do assistir: Twitch.tv, materialidades e o consumo de jogos através e além da espetatorialidade. *In: Intercom 2021- Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 44, 2021, online.

COLLINSON, Jamie. **How streaming services like Spotify saved the music industry**. Evening Standard, London, 19 de janeiro de 2022. Culture. Disponível em: <<https://www.standard.co.uk/culture/music/streaming-saved-the-music-industry-spotify-itunes-b976101.html>>. Acesso em: 19 de Maio de 2022.

CORSINI, Camila. **NFT: O que É? Quais os Mais Caros Já Vendidos? Como Criar Um?** Uol, São Paulo, 30 de julho de 2022. Economia. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/guia-de-economia/entenda-o-que-e-nft-onde-comprar-e-como-criar.htm>> Acesso em 22 de fevereiro de 2023.

DA SILVA, Tarcízio. Visão Computacional e Racismo Algorítmico: Branquitude e Opacidade no Aprendizado de Máquina. **Revista da ABPN**, vol. 12, n. 31, p. 428-448, dezembro de 2020.

DELFANTI, Alessandro. Machinic dispossession and augmented despotism: Digital work in an Amazon warehouse. **New Media & Society**, vol. 23, n. 1, p. 39-55, 2021.

DIBBEL, Julian. Invisible Labor, Invisible Play: Online Gold Farming and the Boundary Between Jobs and Games. **Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law**, vol. 18, n. 3, p. 419-465, 2016.

DISCORD. Company, s.d. Disponível em: <<https://discord.com/company>>. Acesso em 20 de outubro de 2022.

DIY. In: Cambridge English Dictionary. Cambridge: The Cambridge University Press, 2020. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles-portugues/diy>>. Acesso em 05 de out de 2022.

DJZURA, Amy. **AL COMMUNITY MANAGER OPEN CALL**. Yawning Portal, 2021. Disponível em: <<https://yawningportal.dnd.wizards.com/blog/al-community-manager-open-call/>>. Acesso em: 01 de Junho de 2021.

DRIVETHRURPG. About OneBookShelf, s. d. Disponível em: <<https://support.drivethrurpg.com/hc/en-us/articles/209937123-About-DriveThruRPG>>. Acesso em: 01 de Junho de 2022.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005. p. 62-83.

DUNGEONS & DRAGONS. All Products. s. d. Disponível em: <<https://dnd.wizards.com/products/catalog#submenu-page>>. Acesso em: 01 de Junho de 2021.

EVANGELISTA, Rafael. Capitalismo de Vigilância no Sul Global: Por uma Perspectiva Situada. In: **5º Simpósio Internacional LAVITS Vigilancia, Democracia y Privacidad en América Latina: Vulnerabilidades y Resistencias**, 2017, Santiago, Chile.

EKBIA, Hamid; NARDI, Bonnie. **Heteromation**: and other stories of computing and capitalism. Cambridge: The MIT Press, 2017

EPIC GAMES. About Epic Games, s. d., Disponível em: <<https://www.epicgames.com/site/en-US/about>> Acesso em: 01 de Junho de 2022.

FALCÃO, Thiago. Às margens de uma nova corrida do ouro: notas Introdutórias sobre Trabalho e Lazer em Mundos Virtuais. **Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero**, vol. 2, n. 1, p. 1-11, 2010.

FALCÃO, Thiago; MACEDO, Tarcizio; KURTZ, Gabriela. Conservadorismo e masculinidade tóxica na cultura gamer: uma aproximação a Magic: The Gathering. **MATRIZES**, vol. 15, n. 2, p. 255-277, 2021.

FALCÃO, Thiago; MUSSA, Ivan; MARQUES, Daniel. BOYCOTTBLIZZARD: capitalismo de plataforma e a colonização do jogo. **Contracampo**, vol. 39, n. 2, p. 59-78, 2020.

FERNÁNDEZ, Dídimo; VALENCIA, Adrián. Outsourcing and the New Labor Precariousness in Latin America. **Latin American Perspectives**, vol. 40, n.192, p. 14-26, 2013.

FINE, Gary. **Shared Fantasy: Role Playing Games as Social Worlds**. Chicago: University of Chicago press. 2 ed. 1983.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre, Editora Sulina, 2011.

G1. **Flow Podcast desliga Monark após fala sobre nazismo e apaga vídeo do canal**. G1, São Paulo, 08 de fev. de 2022. Pop & Arte. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2022/02/08/flow-podcast-monark.ghtml>. Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

G1. **Brasileiro é detido após tentar assassinar Cristina Kirchner na Argentina**. G1, São Paulo, 01 de setembro de 2022. Mundo. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2022/09/01/homem-e-detido-apos-apontar-arma-para-cristina-kirchner-na-argentina.ghtml>. Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

GARCIA, Rafael de Deus; GONTIJO, Rogério. Algoritmos e segurança pública: controle e vigilância no policiamento baseado em dados. **Revista Latino-Americana de Criminologia**, Brasília, vol. 1, n. 1, p. 14-43, agosto de 2021.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GILLESPIE, Tarleton. A Relevância dos Algoritmos. **Parágrafo**, vol. 6, n. 1, p. 95-121, abril de 2018.

GILSDORF, E. In a Chaotic World, Dungeons & Dragons Is Resurgent. **The New York Times**. 13 de nov de 2019. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2019/11/13/books/dungeons-dragons.html>. Acesso em: 28 de mar de 2022.

GITTLESON, Kim. **Amazon buys video-game streaming site Twitch**. BBC, London, 25 de Agosto de 2014. Tech. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/technology-28930781> . Acesso em: 01 de Junho de 2022.

GRANATO, Luísa. **Burnout vira doença do trabalho em 2022. O que muda agora?** Exame, São Paulo, 09 de dezembro de 2021. Carreira. Disponível em: <https://exame.com/carreira/burnout-vira-doenca-do-trabalho-em-2022-o-que-muda-agora/>. Acesso em: 19 de Maio de 2022.

GRAY, Mary; SURI, Siddharth. **Ghost Work: How to Stop Silicon Valley from Building a New Global Underclass**. Cambridge: Harper Business, 2019.

GROHMANN, Rafael. Plataformização do trabalho: entre a dataficação, a financeirização e a racionalidade neoliberal. **Revista Eptic**, vol. 22, n. 1, p. 106-122, abril de 2020.

HAGUETTE, Teresa M. F. **Metodologias Qualitativas na Sociologia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

HASBRO. Hasbro Reports Strong Revenue, Operating Profit and Earnings Growth for the Full-Year 2021. Hasbro, 07 de Fevereiro de 2022. Disponível em: <<https://investor.hasbro.com/news-releases/news-release-details/hasbro-reports-strong-revenue-operating-profit-and-earnings-0>>. Acesso em: 01 de Junho de 2021.

HASBRO GETS THE WIZARD. **CNN Money**, Atlanta, 9 de Setembro de 1999. Disponível em: <[https://money.cnn.com/1999/09/09/deals/hasbro/#:~:text=NEW%20YORK%20\(CNNfn\)%20-%20Hasbro,stock%2C%20the%20companies%20announced%20Thursday](https://money.cnn.com/1999/09/09/deals/hasbro/#:~:text=NEW%20YORK%20(CNNfn)%20-%20Hasbro,stock%2C%20the%20companies%20announced%20Thursday)>. Acesso em: 19 de Maio de 2022.

HOCHULI, Alex. The Brazilianization of the World. **American Affairs**, vol. V, n. 2, verão de 2021. Disponível em: <<https://americanaffairsjournal.org/2021/05/the-brazilianization-of-the-world/>>. Acesso em: 19 de Maio de 2022.

HUFFPOST. Google CEO On Privacy (VIDEO): 'If You Have Something You Don't Want Anyone To Know, Maybe You Shouldn't Be Doing It'. 18 de março de 2010. Tech. Disponível em: <https://www.huffpost.com/entry/google-ceo-on-privacy-if_n_383105>. Acesso em: 10 de Maio de 2022.

HUGHES, Christina. "I draw the line at stringing pearls": The craftwoman's imperative and hopeful economies. **Journal of Cultural Economy**, vol. 6, n. 2, 2012. p. 153-167.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**: O jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2012.

JARVIS, Matt. **28 tabletop games have made \$1m on Kickstarter in 2021 so far**. Dicebreaker, Brighton, 01 de Setembro de 2021. Disponível em: <<https://www.dicebreaker.com/topics/kickstarter/news/tabletop-games-kickstarter-stats-h1-2021>>. Acesso em: 02 de Junho de 2022.

JOHNSON, Bobbie. **Privacy no longer a social norm, says Facebook founder**. The Guardian, London, 11 de janeiro de 2010. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2010/jan/11/facebook-privacy>>. Acesso em: 10 de Maio de 2022.

JOHNSON, Mark; WOODCOCK, Jamie. The impacts of live streaming and Twitch.tv on the video game industry. **Media, Culture & Society**, vol. 41, n. 5, p. 670-688, 2019.

JONES, Shelly. Introduction. In: JONES, Shelly (org.). **Watch us Roll**: Essays on Actual Play and Performance in Tabletop Role-Playing Games. Jefferson: McFarland, 2021. p. 5-19.

KAIN, Eric. **The Console War Is Over Because Sony Left Microsoft Behind From The Start**. Forbes, Jersey City, 28 de fevereiro de 2020. Games. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/erikkain/2020/02/28/theres-never-really-been-a-console-war-because-playstation-left-xbox-behind-from-the-start/>>. Acesso em: 10 de Maio de 2022.

KELLY, Stephen; KLÉZL, Vojtech; ISRAILIDIS, John; MALONE, Neil; BUTLER, Stuart. Digital Supply Chain Management in the Videogames Industry: A Systematic Literature Review. **The Computer Games Journal**, vol. 10, s. n., p. 19-40, 2020.

KIM, Matt. **Xbox Hardware Revenue Grows as Microsoft Reports Record Earnings**. IGN, San Francisco, 26 de janeiro de 2021. Disponível em: <<https://www.ign.com/articles/xbox-hardware-revenue-grows-as-microsoft-reports-record-earnings>>. Acesso em: 1 de Junho de 2022.

KUEHN, Kethleen, CORRIGAN, Thomas. Hope Labor: The Role of Employment Prospects in Online Social Production. **The Political Economy of Communication**, vol. 1, n. 1, p. 9-25, 2013.

LAVADO, T. Como jogos de tabuleiro e de cartas viraram fenômenos online. **Exame**, 20 de mar de 2021. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/como-jogos-de-tabuleiro-e-de-cartas-viraram-fenomenos-online/>>. Acesso em: 28 de mar de 2022.

LIPKIN, Nadav. The Indiepocalypse: the Political-Economy of Independent Game Development Labor in Contemporary Indie Markets. **Game Studies**, vol. 19, n. 2, s. p., 2019.

LOLLI, Dario. ‘The fate of Shenmue is in your hands now!’: Kickstarter, video games and the financialization of crowdfunding. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, vol. 25, n. 5-6, 2019.

MacCALLUM, Esther; TTRAMMELL, Aaron. Role-Playing Games as Subculture and Fandom. In: DETERDING, Sebastian; ZAGAL, José (org.). **Role-Playing Game Studies: Transmedia Foundations**. New York: Routledge, 2018. p. 364-378.

MALISZEWSKI, James. Full Circle: A History of the Old School Revival. **The Escapist**, 20 de agosto de 2009. Disponível em: <<https://www.escapistmagazine.com/full-circle-a-history-of-the-old-school-revival/>>. Acesso em: 05 de outubro de 2022.

MARIETTO, Marcio Luiz. Observação Participante e Não Participante: Contextualização Teórica e Sugestão de Roteiro para Aplicação dos Métodos. **Revista Ibero Americana de Estratégia**. Vol. 17. n. 4. p. 5-18. 2018. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/jatsRepo/3312/331259758002/html/index.html>>. Acesso em: 28 de mar de 2022.

MARR, Bernard. **How Much Data Do We Create Every Day? The Mind-Blowing Stats Everyone Should Read**. Forbes, Jersey City, 21 de Maio de 2018. Enterprise Tech. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/05/21/how-much-data-do-we-create-every-day-the-mind-blowing-stats-everyone-should-read/>>. Acesso em: 10 de Maio de 2022.

MARSHALL, Aarian. **Uber Gives Up on the Self-Driving Dream**. Wired, San Francisco, 7 de dezembro de 2020. Disponível em: <<https://www.wired.com/story/uber-gives-up-self-driving-dream/>>. Acesso em: 10 de Maio de 2022.

MARUYAMA, Masayoshi; FLATH, David; MINAMIKAWA, Kazumitsu; OHKITA, Kenichi; ZENNYO, Yusuke. Platform selection by software developers: Theory and evidence. **Journal of the Japanese and International Economies**, vol. 38, s. n., p. 282-303, 2015.

MÄYRÄ, Frans. Gaming Culture at the Boundaries of Play. **Game Studies**, vol. 10, n. 1, s. p., 2010.

McINTYRE, David; SRINIVASAN, Arati. Networks, platforms and strategy: Emerging views and next steps. **Strategic management Journal**, vol. 38, n. 1, p. 141-160, 2016.

McROBBIE, Angela. **Be Creative: Making a Living in the New Culture Industries**. Cambridge: Polity Press, 2016.

McWERTHOR, Michael. **Paradox Interactive acquires White Wolf from Eve Online developer CCP Games**. Polygon, Washington, 29 de Outubro de 2015. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2015/10/29/9638458/paradox-interactive-buys-white-wolf-ccp-vampire-the-masquerade-werewolf>>. Acesso em: 01 de Junho de 2021.

MIGNOLO, Walter D.; BRUSSOLO VEIGA, Isabella. Desobediência Epistêmica, Pensamento Independente e Liberdade Decolonial. **Revista X**, v. 16, n. 1, p. 24-53, fev. 2021. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/revistax/article/view/78142/43060>>. Acesso em: 12 jan. 2022.

MILLER, Patrick. **GDC 2012: How Valve made Team Fortress 2 free-to-play**. Game Developer, 07 de Março de 2012. Disponível em: <<https://www.gamedeveloper.com/business/gdc-2012-how-valve-made-em-team-fortress-2-em-free-to-play>> Acesso em 01 de Junho de 2022.

MÖHLMANN, Mareike; ZALMANZON, Lior. Hands on the Wheel: Navigating Algorithmic Management and Uber Drivers' Autonomy. *In: proceedings of ICIS- Thirty Eighth International Conference on Information Systems*, Seoul, 2017,

MUSSA, Ivan; MACEDO, Tarcízio; FALCÃO, Thiago. Lazer liminar: colonização do jogo e trabalho do jogador no RappiGames. **Antares**, vol. 12, n. 18, p. 313-340, 2020.

OVIDE, Shira. **Streaming Saved Music. Artists Hate It**. The New York Times, New York, 22 de março de 2021. On Tech. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2021/03/22/technology/streaming-music-economics.html>>. Acesso em: 19 de Maio de 2022.

PARADOX INTERACTIVE. Year-end report 2021. Paradox Interactive, Stockholm, 22 de Fevereiro de 2022. Disponível em: <<https://www.paradoxinteractive.com/investors/financial-reports/year-end-report-2021>>. Acesso em: 01 de Junho de 2021.

PETERS, Jay. **Epic says there are now more than 500 million Epic Games accounts**. The Verge, New York, 16 de Fevereiro de 2022. Gaming. Disponível em: <<https://www.theverge.com/2022/2/16/22935013/epic-games-accounts-amount-store-fortnite>>. Acesso em: 1 de Junho de 2022.

PETERSON, Jon. Precursors. *In*: DETERDING, Sebastian; ZAGAL, José (org.). **Role-Playing Game Studies**: Transmedia Foundations. New York: Routledge, 2018. p. 53 - 62.

PETROVA, Ekaterina. GROSS, Netta. 4 reasons people watch gaming content on YouTube. Think With Google, Junho de 2017. Disponível em:
<<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-strategies/video/statistics-youtube-gaming-content/>>
. Acesso em: 19 de Maio de 2022.

PIAGET, Jean. O juízo moral na criança. São Paulo: Summus Editorial, 1994.

PLUMMER, Libby. **This is how Netflix's top-secret recommendation system works**. Wired, San Francisco, 22 de agosto de 2017. Culture. Disponível em:
<<https://www.wired.co.uk/article/how-do-netflixs-algorithms-work-machine-learning-helps-to-predict-what-viewers-will-like>>. Acesso em: 19 de Maio de 2022.

RENTON, David. Suspicious algorithms: time to tame crime-predicting police technology. **OpenDemocracy**, 18 de abril de 2022. Digital Libraries. Disponível em:
<<https://www.opendemocracy.net/en/digitaliberties/crime-police-algorithm-lords-committee/>>.
Acesso em: 10 de Maio de 2022.

SCHNEIER, Bruce. **Data and Goliath**: The Hidden Battles to Collect your Data and Control your World. New York: W. W. Norton & Company

SCHRIER, Karen; TORNER, Evan; HAMMER, Jessica. Worldbuilding in Role-Playing Games. *In*: DETERDING, Sebastian; ZAGAL, José (org.). **Role-Playing Game Studies**: Transmedia Foundations. New York: Routledge, 2018. p. 349-363.

SCHÜLL, Natasha. **Addiction by Design**: Machine Gambling in Las Vegas. Princeton University Press. 2014

SICART, Miguel. Playful Capitalism, or Play as an Instrument of Capital. **Contracampo**, vol. 40, n. 2, s. p., 2021.

SMITH, Michael; TELANG, Rahul. **Streaming, Sharing, Stealing**: Big data and the future of entertainment. Cambridge: The MIT Press, 2016.

SRNICEK, Nick. **Platform Capitalism**. Cambridge: Polity Press, 2016.

STANFIL, Mel; CONDIS, Megan. Editorial: Fandom and/as Labor. *In*: Transformative Works and Cultures Special Issue Fandom and/as Labor, **Transformative Works**, s. v. , n. 15, 2014.

TAN, Huileng. **Meta, formerly Facebook, is no longer one of the world's top 10 most-valuable companies**. Insider, New York, 18 de fevereiro de 2022. Disponível em:
<<https://www.businessinsider.com/meta-no-longer-one-of-the-worlds-top-10-most-valuable-companies-2022-2>>. Acesso em: 10 de Maio de 2022.

TAYLOR, Nicholas. Now you're playing with audience power: the work of watching games. **Critical Studies in Media Communication**, vol. 33, n. 4, 2016. p. 293-307.

TERRANOVA, Tiziana. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. **Social Text**, vol. 18, n. 2, p. 33-58, 2000.

TORNER, Evan. RPG theorizing by designers and players. In: DETERDING, Sebastian; ZAGAL, José (org.). **Role-Playing Game Studies**: Transmedia Foundations. New York: Routledge, 2018. p. 191-212.

TRAMMELL, Aaron. ANALOG GAMES AND THE DIGITAL ECONOMY. **Analog Game Studies**, vol, VI, n. I, s. p., 2019. Disponível em: <<https://analoggamestudies.org/2019/03/analog-games-and-the-digital-economy/>>. Acesso em 02 de Junho de 2022.

TRAMMELL, Aaron; CARNEIRO, Alexander; FURTADO, Lucianna. Tortura, Jogo e a Experiência Negra. **E-Compós**, [S. l.], v. 25, 2022. Disponível em: <<https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2618>> . Acesso em 27 de fevereiro de 2023.

TWITCH. Conheça o Programa de Parceiro Twitch, s. d.. Disponível em: <<https://www.twitch.tv/p/pt-br/partners/>>. Acesso em: 01 de Junho de 2022.

TWITCH. Achievements, s. d.. Disponível em: <https://help.twitch.tv/s/article/achievements?language=en_US#Partner>. Acesso em: 01 de Junho de 2022.

TWITCH. Frequently Asked Questions, s. d.. Disponível em: <<https://www.twitch.tv/p/en/partners/faq/>>. Acesso em: 01 de Junho de 2022.

TWITCH TRACKER. Critical Role. s. d. Disponível em: <<https://twitchtracker.com/criticalrole/statistics>>. Acesso em 01 de Junho de 2022.

TYNI, Heikki. **Games Crowdfunding as a Form of Platformised Cultural Production**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação e Tecnologia da Informação) - Faculty of Information Technology and Communication Sciences - Tampere University. Tampere, p. 208, 2020.

VALENTINE, Rebekah. **Fortnite Made \$9 Billion in Two Years, While Epic Games Store Has Yet to Turn a Profit**. IGN, San Francisco, 3 de Maio de 2021. Disponível em: <<https://www.ign.com/articles/fortnite-made-9-billion-in-two-years-while-epic-games-store-has-yet-to-turn-a-profit>>. Acesso em: 1 de Junho de 2022.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The Platform Society**: Public Values in a Connective World. Oxford: Oxford University Press, 2018.

WHITE, William; ARJORANTA, Jonne; HITCHENS, Michael; PETERSON, Jon; TORNER, Evan; WALTON, Jonathan. Tabletop Role-Playing Games. In: DETERDING, Sebastian; ZAGAL, José (org.). **Role-Playing Game Studies**: Transmedia Foundations. New York: Routledge, 2018. p. 63 - 86.

WHITTEN, Sarah. **How Critical Role helped spark a Dungeons & Dragons renaissance**. CNBC, Englewood Cliffs, 14 de Março de 2020. Entertainment. Disponível em: <<https://www.cnbc.com/2020/03/14/critical-role-helped-spark-a-dungeons-dragons-renaissance.html>>. Acesso em 01 de Junho de 2020.

WHITTEN, Sarah. **Critical Role series ‘The Legend of Vox Machina’ to debut on Amazon Prime, pens first look deal to develop new series** CNBC, Englewood Cliffs, 05 de Novembro de 2019. Entertainment. Disponível em: <<https://www.cnbc.com/2019/11/05/critical-role-the-legend-of-vox-machina-will-debut-on-amazon-prime.html>>. Acesso em 01 de Junho de 2020.

WILDE, Tyler. **As anger over the Epic Store subsidies, what's next?** PC Gamer, New York, 21 de fevereiro de 2020. Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/as-anger-over-the-epic-store-subsides-whats-next/>>. Acesso em: 1 de Junho de 2022.

WILDE, Tyler. **To get big Twitch payouts, you have to be among the top 0.01% of streamers.** PC Gamer, New York, 08 de Outubro de 2021. Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/twitch-streamer-income-leak/>> . Acesso em: 01 de Junho de 2022.

WOLFSON, Sam. **‘We’ve got more money swirling around’: how streaming saved the music industry.** The Guardian, London, 25 de abril de 2018. Music streaming. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/music/2018/apr/24/weve-got-more-money-swirling-around-how-streaming-saved-the-music-industry>>. Acesso em: 19 de Maio de 2022.

WRIGHT, David. “Hopeful Work” and the Creative Economy. *In*: MARTIN, Lee; WILSON, Nick. (org.). **The Palgrave Handbook of Creativity at Work**. Londres: Palgrave Macmillan Cham, 2018. p. 311-325.

YEE, Nick. The Labor of Fun: How Video Games Blur the Boundaries of Work and Play. **Games and Culture**, vol. 1, [s. n.], p. 68-71, 2006.

ZAGAL, José; DETERDING, Sebastian. Definitions of “Role-Playing Games”. *In*: DETERDING, Sebastian; ZAGAL, José (org.). **Role-Playing Game Studies**: Transmedia Foundations. New York: Routledge, 2018. p. 19 - 52.

ZUBOFF, Shoshana. Surveillance Capitalism and the Challenge of Collective Action. **New Labor Forum**, New York, vol. 28, n. 1, p. 10-29, janeiro de 2019.

LUDOGRAFIA

Assassin's Creed Valhalla. *Ubisoft*. 2020. [Várias plataformas].

Backpack & Dreams. M.A. GUAX. 2021. [Role-Playing Game].

Bloodborne. *FromSoftware*. 2015. [Playstation 4].

Borderlands 3. *Gearbox Software*. 2019. [Várias plataformas].

Celeste. *Extremely OK Games*. 2019. [Várias plataformas].

Civilization VI. *Firaxis Games*. 2016. [Várias plataformas].

Dungeons & Dragons. *TSR*. 1974. [Jogo físico].

Dungeons & Dragons 5e. *Wizards of the Coast*. 2014. [Jogo físico].

EVE Online. *CCP Games*. 2004. [Windows, macOS].

Gears of War. *Epic Games*. 2006. [Xbox 360].

God of War. *Santa Monica Studio*. 2005. [Playstation 2].

Grand Theft Auto V. *Rockstar Games*. 2013. [Várias plataformas].

Halo: Combat Evolved. *Bungie*. 2001. [Xbox].

Magic: The Gathering. *Wizards of the Coast*. 1993. [Jogo físico].

Monster Hunter World. *Capcom*. 2018. [Várias plataformas].

Night in the Woods. *Infinite Fall*. 2017. [Várias plataformas].

Noctis Labyrinth. MDR HOB0. 2021 [Role-Playing Game].

Quick, Draw!. *Google*. 2016. [Navegador web].

Shenmue III. *YS Net*. 2019. [Várias plataformas].

Star Wars Galaxies. *Electronic Arts*. 2003. [Windows].

Team Fortress 2. *Valve Corporation*. 2007. [Várias plataformas].

The Last of Us. *Naughty Dog*. 2013. [Playstation 4].

The Witcher. *CD Projekt Red*. 2007. [Várias plataformas].

Vampire: The Masquerade. *White Wolf Publishing*. 1991. [Jogo físico].

GLOSSÁRIO

Cash: Denomina moedas em jogos digitais adquiridas através de compras com dinheiro fora do jogo.

D&D: Sigla de Dungeons & Dragons. O mais famoso jogo de RPG.

F2P: Sigla de *free-to-play* (do inglês: gratuito para jogar), denominando jogos que oferecem parte de seu conteúdo para jogadores de forma gratuita.

GenCon: Maior convenção de jogos analógicos na América do Norte. Criada em 1968 por Gary Gygax intitulada Lake Geneva Wargames Convention.

GM: Sigla de *game master* (do inglês: mestre do jogo). Em muitos jogos de RPG, é a pessoa que descreve as situações e faz cumprir as regras do jogo.

MMORPG: Sigla de *Massively multiplayer online role-playing game*. Jogos digitais online de RPG que permitem a conexão simultânea de um grande número de jogadores.

MtG: Sigla de Magic: The Gathering. Jogo de cartas ilustradas colecionáveis criado por Richard Garfield em 1993.

MUD: Sigla de *Multi-User Dungeon*, jogos digitais, primariamente em texto, que

RPG: Sigla de *role-playing game* (do inglês: jogo de interpretação de papéis).

Streamer: Pessoa que realiza transmissões online em plataformas digitais de vídeo, geralmente jogando videogames.

VtM: Sigla de Vampire: The Masquerade. Jogo de RPG de horror urbano criado por Mark Rein-Hagen em 1991.

Wargames: Jogos analógicos de simulação de guerra, geralmente envolvem maquetes simulando terrenos e miniaturas de unidades.

WotC: Wizards of the Coast, empresa americana que publica jogos, subsidiária da Hasbro.