

Edição v. 39  
número 2 / 2020

Contracampo e-ISSN 2238-2577  
Niterói (RJ), 39 (2)  
ago/2020-nov/2020

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

## #BOYCOTTBLIZZARD: capitalismo de plataforma e a colonização do jogo

## #BOYCOTTBLIZZARD: platform capitalism and the colonization of play

### THIAGO FALCÃO

Universidade Federal da Paraíba (UFPB) – João Pessoa, Paraíba, Brasil.  
E-mail: [thfalcao@gmail.com](mailto:thfalcao@gmail.com). ORCID: 0000-0001-6302-2264.

### DANIEL MARQUES

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) – Santo Amaro, Bahia, Brasil.  
Universidade Federal da Bahia (UFRB) – Salvador, Bahia, Brasil.  
E-mail: [danielmarquescontato@gmail.com](mailto:danielmarquescontato@gmail.com). ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7731-8581>.

### IVAN MUSSA

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) – Natal, Rio Grande do Norte, Brasil.  
E-mail: [ivanmussa@gmail.com](mailto:ivanmussa@gmail.com). ORCID: 0000-0003-1831-2822.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

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

**Submissão em: 12/11/2019. Revisor A: 13/01/2020; Revisor B: 16/01/2020; Revisor B: 28/01/2020.**  
**Aceite em: 09/03/2020**

**DOI – <http://doi.org/10.22409/contracampo.v39i2.38578>**

## Resumo

Este artigo discute os mecanismos de governança e controle exercidos pela desenvolvedora de games Blizzard sobre seus jogadores e consumidores. Baseia-se na controvérsia que ocorreu entre a empresa e o jogador profissional Blitzchung, que se manifestou a favor dos protestos iniciados em Hong Kong em março de 2019. O atrito, além de despertar tensões entre consumidores e produtora, revela os métodos e dispositivos de dominação empregados pela empresa contra seus jogadores. Considerando a Blizzard como uma plataforma, analisamos as ferramentas enredadas pela corporação para manter suas engrenagens estáveis, que alavancam discussões a respeito da plataformização da sociedade e da superposição entre jogo e trabalho.

### Palavras-chave

Esports; Games; Trabalho; Capitalismo de Plataforma.

## Abstract

This paper approaches the governance and control mechanisms applied by the video game company Blizzard upon its players and consumers. It reads from the controversy between the company and professional player Blitzchung, who expressed his support for the 2019 Hong Kong protests. This tension, in addition to revealing conflicts between consumers and producers, unveils methods and devices of domination employed by the company against its players. Looking at Blizzard as a platform, we analyze the corporation's tools used to keep its gears in stable motion, leveraging discussions about the platformization of society and the overlap between play and work.

### Keywords

Esports; Games; Work; Platform Capitalism.

## Introdução

Empreender uma leitura adequada dos contextos simbólicos e históricos que compõem a contemporaneidade é uma tarefa que demanda posições epistemológicas particulares. A primeira delas reside na necessidade de um cuidado com a observação das atividades e aglomerações sociais, ainda que este, historicamente, privilegie uma compreensão racionalista e positivista em sua leitura. Isso implica em uma percepção que deve ser combatida, embora tenha sido naturalizada nas Ciências Sociais e Humanas: a de que alguns fenômenos sociais particulares podem ser estudados em sua forma pura. Tal premissa se alicerça sobre a ilusão epistêmica de que os domínios do social podem ser dissecados. A segunda posição diz respeito à construção de um pensamento que considere as condições materiais e históricas nestes fenômenos, empreendendo incursões às qualidades radicais a partir das quais eles se organizam. É a partir destes princípios que se pretende refletir acerca do jogo neste artigo.

Este preâmbulo possui um objetivo simples: sua ideia é introduzir a dimensão do jogo como uma que não apenas *pode* ser compreendida a partir de sua relação com as forças sociais do trabalho, mas sim que consiste em uma atividade que *deve* figurar nas mais densas análises acerca da realidade social contemporânea. Por muito tempo negligenciou-se as consequências provenientes desta relação, relegando-a a considerações acerca do comportamento desviante (GOFFMAN, 1961), infantil<sup>1</sup> (BATESON, 1972 e HJARVARD, 2012) ou mesmo contemplando-as em uma dimensão contemporânea, no hedonismo da juventude da década de 1990 (MAFFESOLI, 2001), mas algo enfraquecida de uma crítica à estruturação deste como resistência ou resposta à experiência de um capitalismo tardio (JAMESON, 1991).

Outra dimensão preocupante é a de um desinteresse do campo dos *media studies* pelos *game studies*, no sentido de contextualizar o estudo das relações entre jogo (*play*) e trabalho, propósito deste artigo. O campo dos *game studies* vem percebendo ao longo dos últimos vinte anos a necessidade de politizar a discussão acerca do *medium video game*. Esta politização surge, em meados do fenômeno da informatização, no trabalho de vários teóricos, na forma de preocupações com (i) o surgimento de formas diversas do capital (MALABY, 2006; CONSALVO, 2007), (ii) uma discussão acerca de princípios éticos no design e no uso destes sistemas (SICART, 2009) ou, sobretudo, (iii) com uma discussão sobre as forças econômicas de um capital global (DYER-WITHERFORD e PEUTER, 2009) na indústria dos *games*, o que resultam na compreensão dos *video games* como artefatos que podem encenar condições para uma sociedade do controle (MITCHELL, 2018).

Assim, pode-se perceber que há, de fato, uma crescente preocupação dos *game studies* com a representação da dimensão política, em suas várias facetas, no fenômeno do jogo na contemporaneidade. Esta tendência, sublinhe-se, não é recente, mas assume particular importância em um momento no qual o próprio processo de criação do *games* é subvertido por forças que colonizam sua experiência, enquadrando-a a partir de princípios espetaculares (MACEDO; FALCÃO, 2019) e de monetização (MACEY e HAMARI, 2019).

Este trabalho aponta, então, menos para uma percepção formal das relações de trabalho na contemporaneidade e mais para: (1) a efemeridade e instabilidade a partir das quais estas se constroem em *ambientes* controlados por corporações de forma ativa (diferente de plataformas de serviços, por exemplo); e (2) uma corrupção nas condições a partir das quais o próprio jogo se articula em meio ao espectro midiático, que vem de encontro não apenas a uma percepção moderno-romântica da ideia utópica de jogo (amplamente representada no pensamento dos autores clássicos que discutem o tema – Caillois (2001) e Huizinga (2000) sobretudo), mas também à noção elusiva de que o jogo na contemporaneidade de alguma forma representa, frente às estratégias de controle social empreendidas por corporações,

---

1 A despeito da afirmativa, a intenção do argumento não é elaborar uma crítica às dinâmicas de acesso infantil ao jogo, mas sim meramente oferecer um fato: o jogo foi enquadrado, por muito tempo, como um assunto que não possuía caráter social relevante.

uma forma de resistência, quando estas condições são particularmente podadas em benefício de um espetáculo asséptico e desconectado de uma dimensão política. O jogo, sobretudo em sua dimensão competitiva e espetacular, se enseja como escape: um armistício simbólico que esteriliza discursos em favor da homogeneização de uma competição pela competição.

Nesse âmbito, a emergência de uma sociedade de plataforma como paradigma definidor do ambiente midiático contemporâneo complexifica ainda mais as relações entre jogo, trabalho e sociedade. Isso acontece porque, primeiro, a conformação do que se compreende como capitalismo de dados, de plataforma (SRNICEK, 2016), ou de vigilância (ZUBOFF, 2015) promove uma gradual reconfiguração da economia contemporânea, colonizando dimensões do mercado que, *a priori*, seriam imunes a modelos de negócio baseado em dados. A plataformização da indústria cultural (NIEBORG e POELL, 2018), assim, acaba por afetar o *modus operandi* dos games, desde sua produção até seu consumo. Em segundo lugar, o crescente interesse dos pesquisadores de mídia e comunicação pelo fenômeno da plataformização auxilia em um entendimento crítico sobre a experiência do jogo, à medida que as empresas responsáveis pelo desenvolvimento e distribuição de jogos digitais passam a operar cada vez mais como mediadoras entre jogadores, jogadores profissionais, marcas, campeonatos, audiências, jogos, veículos de comunicação, entre outros (TAYLOR, 2018; ŠVELCH, 2019).

O crescimento dos esportes eletrônicos - *eSports* - enquanto fenômeno econômico e midiático global corrobora para isso. Em suma, o crescimento das plataformas digitais e sua consolidação enquanto mediadoras da experiência social contemporânea, promovem uma virada - *platform turn* - não só nos *media studies*, mas também nos *game studies*, sobretudo ao investigar ambientes competitivos e/ou profissionais. Nesses últimos, particularmente, o fenômeno de plataformização se torna cada vez mais evidente e relevante para iluminar questões relacionadas à articulação entre trabalho, jogo e capital.

Nesse sentido, o presente artigo observa o entrelaçamento entre jogo, trabalho e plataformas, partindo de uma observação da Activision Blizzard, uma das mais importantes plataformas contemporâneas relativas a jogos digitais. Neste esforço, partimos da controvérsia nomeada de #BoycottBlizzard para escrutinar a complexificação do papel dos jogadores casuais e jogadores profissionais (*pro-players*) em sua relação com a Blizzard, plataforma que controla e prescreve as relações entre trabalho e jogo.

## Interlúdio, ou, “Um Dia Qualquer”

O dia 6 de outubro de 2019 marcou o início de uma controvérsia envolvendo a Activision Blizzard<sup>2</sup>, corporação americana responsável por um portfólio considerável de títulos importantes da indústria dos *games*, e sua operação na China, assim como, naturalmente, os atores envolvidos nestes dois macro-contextos. A final do campeonato Grandmasters Tour, do jogo Hearthstone (2014), foi marcada por um evento particularmente interessante: os apresentadores, que num evento como este costumam se comportar a partir do modelo de jornalismo espetacular cunhado da experiência do esporte na televisão (MACEDO; FALCÃO, 2019) entrevistavam o vencedor, Chung “Blitzchung” Ng Wai, nativo de Hong Kong, que aproveitou o espaço e a transmissão da Blizzard para se manifestar em suporte aos protestos que se desenvolveram em Hong Kong a partir de março de 2019<sup>3</sup>, “Libertem Hong Kong, esta é a revolução da nossa era!”<sup>4</sup>.

---

2 Trabalhos envolvendo produtos da Blizzard – sobretudo Hearthstone – são abundantes no cenário nacional e internacional dos *game studies*. Para mais informações, ver Falcão e Marques (2017).

3 Embora seja uma questão de alta complexidade, os protestos se referiam primariamente às disputas de poder entre a província de Hong Kong e a China. O gatilho para a mobilização foi a proposta do *Fugitive Offenders amendment bill*, que permitiria a China submeter Hong Kong a sanções políticas muito fortes. A questão, entretanto, é histórica e não há condições de explorar tudo nesse momento. Mais informações em <https://bit.ly/2Q4NQHU>. Acesso em: 09 mar. 2020.

4 O vídeo pode ser visto em [https://www.youtube.com/watch?v=7\\_r7CV7WXf8](https://www.youtube.com/watch?v=7_r7CV7WXf8). Acesso em: 09 mar.

O ato provocou uma série de repercussões<sup>5</sup> que se estenderam por semanas. A Blizzard, já conhecida por sua política de tolerância zero a apropriações e transgressões em suas plataformas<sup>6</sup>, optou por exercer sua soberania sobre a infraestrutura de transmissão do campeonato, rapidamente penalizando o jogador. Por seu protesto, Blitzchung foi removido do Grandmasters, perdendo sua premiação em dinheiro (aproximadamente 4 mil dólares), além de ter sido banido do cenário competitivo de Hearthstone, impedido de competir profissionalmente por 12 meses. Os dois comentaristas responsáveis pela entrevista também sofreram retaliações da Blizzard, sendo demitidos.

É importante que se sublinhe o fato de que um banimento como este não possui repercussões simples: jogadores profissionais efetivamente trabalham nestas plataformas, fazendo *streams* diários de até oito horas, estudando as nuances de jogos complexos e efetivamente decorando conjuntos de cartas e interações. Privar um jogador profissional de seu convívio com o jogo de sua escolha é o equivalente a suspender um trabalhador regular sem pagamento, uma ação que é capaz de prejudicar o curso da vida de seu alvo.

O comunicado oficial da Blizzard possui, naturalmente, uma base jurídica, que é o regulamento oficial do campeonato<sup>7</sup>, que, entre outras coisas, diz:

Envolver-se em qualquer ato que, a critério exclusivo da Blizzard, leve você a descrédito público, ofenda uma porção ou grupo do público ou que danifique a imagem da Blizzard resultará na remoção da Grandmasters e na redução do total do prêmio do jogador para U\$0,00, além de outras medidas que podem ser administradas de acordo com o Manual e os Termos do Website da Blizzard (tradução nossa<sup>8</sup>).

Deduz-se, a partir da ação da Blizzard, que Blitzchung violou o regulamento ao defender os protestos, ofendendo os jogadores chineses. A questão: teria ele maculando a imagem da Blizzard? Nossa reflexão – assim como a de centenas de *media outlets* – é vã: a tomada de decisão é única e exclusiva da empresa (*Blizzard's sole discretion*), não havendo espaço para negociação. Esta percepção ilustra, em uma primeira observação, que a forma a partir da qual as dinâmicas entre atores são geridas neste contexto não parecem ser tão equânimes quanto poder-se-ia argumentar, considerando as dimensões do jogo ou mesmo da cultura colaborativa, ambas particularmente presentes no âmbito de plataformas como a Blizzard. De que forma esse poder vaza para fora do ambiente do jogo e quais são os papéis das plataformas, em uma tentativa de regulá-lo? Em que medida a capacidade Blitzchung de atuar enquanto figura pública depende da modulação dessas plataformas?

A *Blizzard* se destaca por manter um controle acerca dos discursos em e sobre seus produtos. Desde o desenvolvimento até a realização dos campeonatos, a empresa está materialmente presente, mediando a relação entre usuários, jogadores e consumidores em audiências e plataformas midiáticas. Subsiste um projeto de governança por parte da empresa, não só no que tange Hearthstone, mas também outros jogos como *Overwatch* (2016) e *World of Warcraft* (2004).

A Blizzard exerce uma crescente governança sobre seus próprios produtos, não apenas no

---

2020.

5 Dois dias antes, uma controvérsia semelhante se iniciava, envolvendo a NBA e o Houston Rockets, graças a comentários pró-Hong Kong feitos pelo presidente do time. A Apple também sofreu críticas recentes, devido a um envio de dados à China.

6 Uma das aplicações desta política pela Blizzard pode ser vista em <https://bit.ly/2CA8pUx>. Acesso em: 09 mar. 2020.

7 Disponível em <https://bit.ly/2K8NP1K>. Acesso em: 09 mar. 2020.

8 No original: “*Engaging in any act that, in Blizzard’s sole discretion, brings you into public disrepute, offends a portion or group of the public, or otherwise damage’s Blizzard image will result in removal from Grandmasters and reduction of the player’s prize total to \$0 USD, in addition to other remedies which may be provided for under the Handbook and Blizzard’s Website Terms*”

sentido em que determina suas orientações de um ponto de vista simbólico – ao gerenciar sua marca, por exemplo –, mas principalmente de forma material, conformando-se a parceiros quando não há escolha, principalmente por conta de relações pré-estabelecidas de poder. A empresa poderia certamente projetar uma plataforma de transmissões própria e se tornar independente do Twitch<sup>9</sup>, mas há aqui uma relação de competitividade intra-plataformas (SRNIECK, 2016) que torna uma decisão como essa improvável. É o que Srnieck (2016) chama de *network effect*: boa parte do poder político-social-econômico de uma plataforma advém da sua capacidade de monopolização e expansão agressiva em determinados mercados. As plataformas atraem usuários umas para as outras, numa retroalimentação que intensifica a capacidade de governança de ambas, resultando em cenários de monopolização.

A monopolização é sempre o objetivo final das plataformas, tendo em vista que se traduz diretamente na capacidade de modulação e mediação do comportamento dos atores envolvidos. Isso fica evidente no caso da Blizzard, tendo em vista que a empresa possui a capacidade de exercer poder sobre os jogadores, apresentadores, sobre a estrutura do campeonato, arquitetura do jogo (tanto em seu *metagame*<sup>10</sup> quanto em suas condições materiais), entre outros. A capacidade de governança e a monopolização da plataforma impõem considerações importantes, já que que competir em Hearthstone torna-se sinônimo de se submeter aos interesses da Blizzard.

Após o banimento de Blitzchung e dos narradores tornar-se um fato público, rapidamente se estruturou um forte movimento de rejeição à postura adotada pela Blizzard. Majoritariamente organizado a partir de fóruns e sites de redes sociais – Twitter e Reddit, principalmente –, o movimento conhecido como #BoycottBlizzard ganhou fôlego, mobilizando jogadores amadores e profissionais, *streamers*, *casters*, veículos de comunicação e políticos norte-americanos. Retornaremos ao imbróglio à frente.

## Capitalismo de Plataforma e a Plataformização da Sociedade

O que significa quando se fala da plataformização da sociedade? O fenômeno é descrito por Van Djick *et al.* (2018) a partir do crescente poder de mediação que as plataformas digitais – enquanto agentes do capital – passam a exercer na constituição dos fenômenos sociais, políticos, econômicos e culturais. As plataformas atuam majoritariamente como organizadoras dos modelos de produção e consumo presentes nos objetos digitais contemporâneos, buscando desapropriar e colonizar aspectos da vida social antes intocados pelas mídias digitais. Em que medida, por exemplo, confunde-se a sociabilidade com a interação através de plataformas como Facebook, Twitter e Instagram? Em que medida é possível separar, hoje, a experiência urbana de plataformas como Google Maps e Waze?

Enquanto as plataformas que dominam a Internet, no geral, se apresentam como intermediárias responsáveis por conectar os públicos envolvidos, pesquisadores e críticos buscam evidenciar de que forma estas produzem mediações *específicas* ao conectar sujeitos, instituições e sistemas algorítmicos para a realização de tarefas. Morozov (2013) qualifica o discurso publicitário do Vale do Silício como solucionista, no sentido em que este promove a sensação de que as mídias digitais são capazes de oferecer soluções práticas e inovadoras para os problemas da vida social contemporânea.

Este fenômeno se manifesta de diferentes formas na indústria dos *games*, uma vez que se percebe uma crescente plataformização da experiência atual dos jogos. O fenômeno do *streaming* (TAYLOR, 2018), por exemplo, impulsionou plataformas como Twitch, YouTube e Mixer a se tornarem agentes relevantes no campo dos *games*, uma vez que estas organizam o relacionamento entre *streamers*, audiências, desenvolvedores e patrocinadores, se consolidando como essenciais para a manutenção do espetáculo

---

9 Portal de vídeos semelhante ao Youtube, mas com foco em transmissões ao vivo (*streaming*).

10 Em jogos de estratégia, o *metagame* é um amplo conjunto de decisões e respostas tomadas pelos diversos jogadores em um cenário específico. Engloba uma compreensão multidirecional das estratégias viáveis, designando vantagens e desvantagens nas táticas adotadas pelas partes.

dos *eSports*. Esses últimos passam a desenvolver jogos cada vez mais adequados para o *stream*, implicando em um processo de *game design* orientado à plataformação.

Conforme discutiremos à frente, esse jogo de poderes e relações entre atores envolvidos na cultura *gamer* contemporânea também incide sobre a natureza do trabalho. A plataformação busca produzir discursos qualificados que justificam a emergência dessas formas de mediação. Estes podem ser percebidos em termos e expressões que possuem o intuito de suavizar retoricamente o avanço do mercado, designando esse novo momento econômico enquanto processo puramente benéfico: quarta revolução industrial, economia do compartilhamento, *gig economy*, *attention economy*, *app economy*, entre outras nomenclaturas. Embora possam variar, todas se referem ao mesmo fenômeno: capitalismo baseado em plataformas digitais. De acordo com Couldry e Mejias (2018), a vida social passa a precisar ser configurada de modo a prescrever (LATOURET, 1992) nos sujeitos a condição de produção constante do principal recurso para o capitalismo de plataforma: dados provenientes de atividades e interações sociais, inclusive aquelas das atividades de jogo – *play activities*.

Podemos descrever esse fenômeno a partir das empreitadas do capital que dependem cada vez mais das tecnologias digitais e dos dados para a implementação de seu modelo de negócio (SRNICEK, 2017). Essa retórica parece buscar a legitimação das práticas capitalistas contemporâneas, como aponta Morozov (2013), de forma a produzir entendimentos sobre a realidade que, embora pareçam atuais e inovadores, reforçam ideais capitalistas clássicos:

A economia digital está se tornando um modelo hegemônico: as cidades devem se tornar inteligentes, as empresas devem ser disruptivas, os trabalhadores devem se tornar flexíveis e os governos devem ser enxutos e inteligentes. Nesse ambiente, quem trabalha muito pode aproveitar as mudanças e vencer. Ou assim nos dizem (SRNICEK, 2017, p. 219, tradução nossa<sup>11</sup>).

O argumento central de Srnicek (2017) se concentra na (a) centralidade dos dados e no (b) processo de plataformação enquanto características centrais do que chama de capitalismo de plataforma. Processos de extração, tratamento e análise de informações pessoais rapidamente se tornaram a grande força impulsionadora dos conglomerados contemporâneos de mídia. Se o dado é a nova matéria-prima que move o capitalismo contemporâneo, a plataforma é o grande aparato que cria as condições para sua coleta, processamento e extração de valor. É nesse ponto que se torna necessário observar o processo de plataformação das atividades de jogo, tendo em vista a contínua colonização do lúdico pelo capital.

Srnicek (2017) trata as plataformas enquanto a realização plena do modelo capitalista de atuação sistêmica que viabiliza um processo ininterrupto de produção-coleta-análise de dados em busca da hegemonia de mercado. Plataformas como Google, Facebook, Amazon, Uber, AirBnB e outras, portanto, são projetadas com o intuito de articular relações de monopolização e dependência, impondo formas de acúmulo de capital e a reestruturação do mercado de trabalho, do emprego e das estruturas organizacionais das empresas.

Entendemos como plataformação, portanto, a crescente mediação de diversos setores e atividades sociais, econômicas e políticas por plataformas digitais. Essas plataformas digitais, por sua vez, passam a atuar em prol da organização e gerenciamento das interações culturais, políticas e socioeconômicas em busca de agendas específicas. As plataformas digitais são, portanto, dispositivos algorítmicos (CHENEY-LIPPOLD, 2017; DANAHAR, 2016) desenvolvidos no sentido de organizar as experiências de usuários, produtores de conteúdo, instituições e mediadores. Seu funcionamento depende

---

11 No original: "The digital economy is becoming a hegemonic model: cities are to become smart, businesses must be disruptive, workers are to become flexible, and governments must be lean and intelligent. In this environment those who work hard can take advantage of the changes and win out. Or so we are told".

de um amplo e sistemático processo de extração, processamento, análise e monetização de atividades dos usuários. Observada em um contexto mais amplo da cultura digital, o processo de plataformação integra o que Lemos (2020) caracteriza como PDPA: Plataformação, Dataficação e Performatividade Algorítmica.

Agindo, portanto, no âmbito da PDPA, as plataformas empregam estratégias de dataficação, comodificação dos dados gerados e da seleção/personalização das interações, buscando ir além da facilitação de determinadas relações sociais para cada vez mais moldar as formas como se organizam diferentes setores sociais. Como apontam Van Dijck *et al.* (2018), as plataformas não devem ser entendidas somente enquanto infraestruturas que possibilitam a realização de interações sociais, mas sim como entidades performativas que orientam interações a partir de propósitos específicos previamente deliberados. A percepção desta característica, para além de nos conduzir a uma compreensão da performatividade desses contextos-atores, nos oferece também a consciência de que sob a égide do capitalismo de plataforma cada atividade que faz uso de sua infraestrutura será, por conseguinte, sujeita às suas condições de funcionamento. A consideração aponta, sobretudo, para a forma a partir da qual a indústria dos vídeo games tem se organizado nos últimos anos, a partir de uma ética que subverte os princípios da atividade lúdica, coloniza a experiência dos *games* ao dialogar com dinâmicas da mídiatização em vários níveis distintos e, finalmente, cerceia espaços de fuga e resistência, transformando-os em espaços à disposição de políticas específicas de certos modelos de negócio.

## Interlúdio, ou, “Relações Perigosas”

Uma forma interessante de nos aproximarmos do conflito entre a Blizzard, China e Blitzchung é, certamente, tentar estabelecer algumas narrativas particularmente proveitosas na interpretação deste evento. Estas, para fins de nossa análise, dizem respeito às relações estabelecidas entre empresa, atores individuais e índices de repercussão nas redes sociais. Nosso intuito aqui não é o de compor uma Análise de Redes Sociais ou mesmo de empreender uma coleta em grande escala<sup>12</sup>, mas sim de problematizar as questões levantadas anteriormente, produzindo uma narrativa em algumas etapas que, por sua vez, revele nuances desse relacionamento.

Subsiste um contexto amplo, no qual esta situação em específico se posiciona e diz respeito a um esforço de observação longitudinal empreendido pelos autores que identifica e documenta controvérsias acerca de questões relacionadas à experiência dos *eSports* em meio às condições da contemporaneidade. Este esforço de observação se calca não em uma percepção positivista que registra de forma ampla as movimentações na rede, aplicando-lhe métricas e extraindo percepções genéricas, mas sim a uma tentativa de construir sentidos particulares e de ilustrar contradições e empreender uma leitura crítica dos fatos que constroem, dia após dia, o cotidiano do contexto dos *eSports*. Esta percepção se inspira em diversos pensadores que fazem uso de estratégias de observação, e busca compreender esse âmbito social a partir desta articulação metodológica que combina um rigor observacional a comentários centrais para a compreensão de um problema.

Para a composição dessa narrativa foi realizada uma coleta de *tweets* a partir da ferramenta ATLAS.ti, *software* comumente utilizado para desenvolvimento de análises qualitativas de conteúdo diverso. Desde sua última versão (8), o ATLAS.ti oferece uma coleta automática de *tweets* utilizando indexadores como *hashtags* e outros termos. Embora se configure enquanto um excelente ponto de partida para o mapeamento de controvérsias, é importante considerar que o ATLAS.ti não é propriamente uma ferramenta de mineração de dados e, dessa forma, não temos como nos apoiar em validade estatística para as interpretações que seguem. A coleta foi realizada durante o período em que se desenrolou a

---

12 O *dataset*, que tem cerca de 1300 citações da *hashtag* #BoycottBlizzard, está disponível abertamente em <http://bit.ly/2Q8InQn>. Nele, pode-se perceber que a seleção que fizemos aqui, ainda que algo arbitrária, é fiel ao espírito das falas. Acesso em: 09 mar. 2020.



controvérsia (08/10/2019 a 04/11/2019), contabilizando cerca de 1300 *tweets*. Após a construção do *dataset* inicial, nos debruçamos sobre o corpus na tentativa de verificar correlações e aproximações entre as narrativas apresentadas pelos sujeitos envolvidos. Nesse sentido, destacaremos nesse texto alguns excertos de *tweets* que, a partir da nossa interpretação, melhor representam as diferentes linhas discursivas que emergiram durante a progressão da controvérsia.

Retomando a apresentação das narrativas, a primeira dessas (i) diz respeito ao súbito reconhecimento da Blizzard enquanto organização necessariamente capitalista. Muitos usuários no Twitter parecem, apenas a partir deste episódio, começar a reconhecer que a Blizzard possui objetivos que se encontram em dimensões particularmente orientadas à capitalização das suas ações, e não em uma salvaguarda dos direitos dos jogadores:

Vawus @badbuddah – 08/10/19 13:03  
@GodsUnchained @Blizzard\_Ent @blitzchungHS A Blizzard é covarde por isso. Ela teria feito a mesma coisa se existisse na década de 1940, teria deixado os judeus serem executados se isso significasse que poderiam ganhar uns dólares extras. Que vergonha, Blizzard. #boycottblizzard (tradução nossa<sup>13</sup>)

Count[redacted]Storpula @Storple – 08/10/19 11:21  
Tudo isso me fere muito mais por eu ter crescido durante a linhagem original da Blizzard, mas eu acho que uma corporação é uma corporação, independentemente de ser parte integrante da sua infância. #BoycottBlizzard (tradução nossa<sup>14</sup>)

Naturalmente, estas falas, mais do que a natureza capitalista da Blizzard, revelam uma dimensão afetiva respectivamente machucada: claramente, a relação entre alguns usuários e a plataforma é mediada por símbolos que não dizem respeito apenas ao uso instrumental desta, mas atestam uma vida de afeto. Noções similares foram percebidas por Yee (2007), por exemplo, quando discutindo o uso de mundos virtuais, ou mesmo pelas ideias de Castronova (2006) acerca de uma migração para ambientes comodificados.

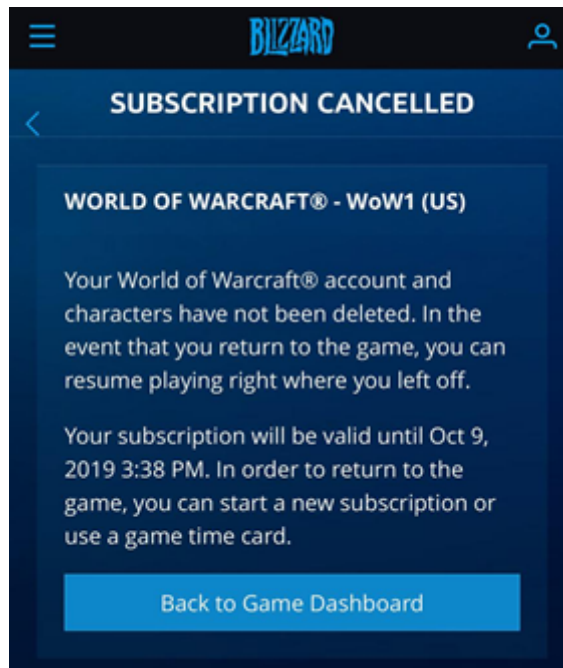
Esta mágoa rapidamente se transforma na percepção da (ii) traição: são muitos os relatos que apontam para um investimento de tempo, dinheiro e afeto em diversos anos. Esse tipo de declaração de amor/ódio e desapontamento normalmente vêm acompanhada de imagens e *screenshots* que ilustram a fala do jogador.

---

13 No original: “*Blizzard are cowards for this. They would have done the same thing if they existed in the 1940’s, letting Jews be gassed if it meant t’hey could make an extra buck. Shame on you blizzard. #boycottblizzard*”.

14 No original: “*This whole thing stings so much more having grown up on Blizzard’s original line up, but I guess corporation is a corporation regardless if they are formative part of your childhood. #BoycottBlizzard*”.

Figura 1 – Um movimento de cancelamento das contas de usuários



**Sengames** @mrdudecal - 08/10/19 12:52

Eu fui fã da blizzard por boa parte da minha vida. Eu não posso e não vou apoiar uma empresa que se curva tão rapidamente. #BoycottBlizzard (tradução nossa<sup>15</sup>)

**Evan King** @Evan\_Doo - 08/10/19 12:43

Acredite ou não, uma parte de mim estava pensando em comprar @PlayOverwatch para o Nintendo Switch para que eu pudesse jogar um dos meus jogos favoritos em um pOrTáTiL, mas agora parece que eu não vou mais jogar um dos meus jogos favoritos. #BoycottBlizzard (tradução nossa<sup>16</sup>)

**Matthijs Gillot** @MMaRs - 08/10/19 12:16

@DaftLimmy Eu sei que você adora Overwatch... Eu também adorava. Na verdade, eu adoro os jogos da #blizzard desde que eu joguei WC2 quando era uma criança pequena em meu computador. Espero que você pare de apoiar essa empresa lixo que obviamente não tem respeito aos direitos humanos básicos e à democracia. #BoycottBlizzard (tradução nossa<sup>17</sup>)

Fonte: Coleta de dados/Dataset dos autores

15 No original: "I've been a fan of blizzard for much of my life. I can not and will not support a company that bows down so quickly. #BoycottBlizzard".

16 No original: "Believe it or not, a part of me was considering buying @PlayOverwatch for the Nintendo Switch so I could play one of my favorite games on tHe Go but now it looks like I won't be playing one of my favorite games very much at all anymore. #BoycottBlizzard".

17 No original: "I know you love Overwatch. I did as well. In fact I've loved #blizzard games since I played WC2 as a small child on a personal computer. I hope you stop supporting this trash company who obviously has no respect for basic human rights and democracy. #BoycottBlizzard".

Neste momento, emerge uma dimensão que não está apenas associada à dimensão afetiva contemplada pela relação entre usuários e a marca Blizzard, mas entrecruza-se com um contexto mais amplo – como se a membrana interacional (GOFFMAN, 1961) fosse perfurada, deixando adentrar, em uma dimensão da experiência do videogame, questões de cunho sociocultural mais amplas. Sublinhe-se a tensão experimentada na relação entre EUA e China (iii), que implica em um sentimento de patriotismo misturado à decepção do testemunho de uma empresa norte-americana demonstrando simpatia pelo governo chinês<sup>18</sup>. Dado esse contexto, uma das linhas interpretativas dos usuários está na posição de submissão da Blizzard aos interesses do governo chinês, contra o qual protestam os habitantes de Hong Kong. A atitude da Blizzard também passa a ser interpretada dentro de um contexto maior, no qual outras empresas e instituições norte-americanas sofrem mais fortemente com a pressão do governo chinês. Em muitos momentos, inclusive, o sentimento de amor pela nação e patriotismo do americano se confunde com a repulsa e ódio pela China:

Figura 2 – Logo da Blizzard/Bandeira da China



**Bree** @BrizzleMcFizzl– - 08/10/19 12:06  
Hora de #BoycottBlizzard (tradução nossa<sup>19</sup>)

**omega** @donekapu– - 08/10/19 11:19  
@Neleimour @LifeatBlizzard @Blizzard\_Ent @Blizzard\_Ent optou por se juntar à Ditadura Socialista Chinesa ao invés da América. @Blizzard\_Ent não dá valor à liberdade, justiça ou aos direitos dados pelo nosso Deus. Eles apoiam o comunismo. Portanto, eu não mais apoio a Blizzard #BoycottBlizzard (tradução nossa<sup>20</sup>)

Fonte: Coleta de dados/Dataset dos autores

Muitos jogadores caracterizam a Blizzard como hipócrita, ressaltando uma suposta discrepância moral entre a representação da marca em seus produtos e serviços, narrativa dos jogos, representatividade LGBT e outras minorias no *design* dos personagens entre outros. Este é o quarto ponto (iv). A Blizzard, historicamente, busca associar sua marca a pautas progressistas, o que se materializa, por exemplo, na construção de personagens representativos de minorias sociais:

---

18 É importante salientar que 5% da Activision-Blizzard pertence à Tencent, o maior conglomerado de tecnologia e games da China. Além disso, a China é um dos mercados mais representativos – se não o maior – da Blizzard fora dos EUA.

19 No original: “Time to #BoycottBlizzard”.

20 No original: “@Neleimour @LifeatBlizzard @Blizzard\_Ent has chosen to side with The Socialist Chinese Dictatorship over America. @Blizzard\_Ent has no value of Freedom, Justice nor Our God Given Rights. They support Communism. Therefore I no longer Support Blizzard. #BoycottBlizzard”

Figura 3 – Título

**Irish Ninjah** @IrishNinja – 08/10/19 08:38  
@Blizzard\_Ent @Activision @PlayHearthstone A Blizzard desfilará todas as bandeiras do orgulho no mundo, e todo o seu ativismo corporativo testado. Mas quando o mercado chinês é ameaçado, suas verdadeiras cores vêm à tona. E essa cor é o verde. #blitzchung #BoycottBlizzard (tradução nossa<sup>21</sup>)

Fonte: Coleta de dados/Dataset dos autores

Os protestos e manifestações se intensificaram entre 8 e 10 de outubro, quando estratégias alternativas de protesto emergiram. Uma delas é a tentativa de associação da personagem Mei, do jogo Overwatch, também administrado pela Blizzard, aos manifestantes honcongueses, na tentativa de fazer a China banir o jogo do país. Um banimento dessa natureza seria significativo para a Blizzard, tendo em vista a proporção do mercado chinês e a rentabilidade do jogo com micro transações. No Reddit surgiram estratégias de *GDPR-doxxing*<sup>22</sup>, de forma a forçar a Blizzard a mobilizar uma grande quantidade de tempo e recursos para atender as diretrizes legais. Na plataforma online Twitch, começaram a surgir estratégias de *spamming* protestando contra as decisões da Blizzard<sup>23</sup>.

Essas últimas formas de protesto apontam para a amplitude da rede de governança da Blizzard. São formas de resistência ao controle infraestrutural da plataforma. No primeiro caso (personagem Mei), o objetivo é fazer com que a China proíba a operação de Overwatch na China, ou seja, impedir materialmente que a Blizzard tenha acesso a um de seus mais significativos mercados consumidores. A segunda (*GDPR-doxxing*) ataca a Blizzard a partir de um *framework* jurídico, pois toda empresa é obrigada a atender pedidos de usuários sobre os Regulamentos Gerais sobre a Proteção de Dados (GDPR)<sup>24</sup>, embora se trate de um processo demorado e custoso, e o não-atendimento dos pedidos pode gerar multas rigorosas para as empresas. O terceiro caso (*spamming*) utiliza a estrutura de uma segunda plataforma – Twitch – como forma de causar desconforto nas transmissões oficiais da Blizzard, principalmente nas subsequentes transmissões do campeonato.

As narrativas, embora, no seu sentido mais óbvio, objetivando apenas confrontar o posicionamento oficial da Blizzard, produzem mais do que se imagina. Elas tornam visíveis um aglomerado de ferramentas que regulam discursos, símbolos e narrativas, impedindo que esses ameacem a estabilidade do funcionamento da plataforma. Em momentos de crise, entram em ação para apaziguar a tempestade – mas em condições normais, funcionam com intensidade equivalente, modulando práticas de jogo e ultrapassando as fronteiras do que se costuma pensar como lúdico.

## Refletindo sobre Trabalho nos *Game Studies*

Como os exemplos demonstram, as fronteiras aparentemente óbvias entre trabalho e lazer e

---

21 No original: “Blizzard will parade all the pride flags in the world, and all that corporate focus tested activism. But when the Chinese market is threatened, their real colors come to the front. And that color is green. #BoycottBlizzard”.

22 Mais detalhes em [https://www.reddit.com/r/hearthstone/comments/df0zx5/upset\\_about\\_blizzards\\_hk\\_ruling\\_heres\\_what\\_to\\_do/](https://www.reddit.com/r/hearthstone/comments/df0zx5/upset_about_blizzards_hk_ruling_heres_what_to_do/). Acesso em: 09 mar. 2020.

23 Mais detalhes em <https://www.theverge.com/2019/10/18/20921301/blizzard-bans-hearthstone-twitch-chat-pro-hong-kong>. Acesso em: 09 mar. 2020.

24 Em vigor desde 2018, trata-se da mais representativa legislação internacional sobre privacidade, internet e dados pessoais em atual vigência. Embora a GDPR seja um marco legal específico da União Europeia, sua influência é sentida ao redor do globo graças à globalização dos fluxos de dados pessoais e da influência do seu texto na composição de outras legislações semelhantes fora da Europa, como a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, no Brasil, e a California Consumer Privacy Act, nos Estados Unidos.

entre diversão e esforço, se tornam cada vez mais nebulosas nos *game studies*. Já no seminal Cybertext, de Espen Aarseth (1997), esconde-se a ideia de esforço (*εργον*) na própria essência da definição de cibertexto e de literatura ergódica – o jogo como o texto que exige esforço não trivial para ser explorado, uma espécie de trabalho recompensado pela máquina com novos desafios, novas expressões simbólicas.

Essa relação, que não é extrapolada por Aarseth ao mundo do trabalho formal – bem como do trabalho informal/afetivo da plataforma da Blizzard –, aproxima-se gradativamente da inevitável constatação de que a fronteira entre jogar e trabalhar pode, dadas as condições certas, desaparecer. O progressivo acúmulo de capital por parte da Blizzard, por exemplo, depende não só de suporte econômico e laboral formal, mas é permeado pelo investimento afetivo e lúdico de diversos tipos de jogadores envolvidos na rede. Como exemplificado anteriormente, uma parcela significativa de jogadores sentiu-se traída, no sentido de que seu investimento – de tempo, capital econômico, capital social e afeto – não foi honrado pela decisão da empresa. Situações como essa evidenciam a nebulosidade crescente da fronteira jogar/trabalhar à medida em que, a partir do crescimento da plataforma e do capitalismo de plataforma, o ato de jogar passa a produzir cada vez mais valor (dados, comportamentos, interações) para o capital.

Para além do caso da Blizzard, as relações entre jogo e trabalho são múltiplas e diversas. Um exemplo extremo pode ser verificado no trabalho dos *gold farmers*, jogadores que dedicam múltiplas horas diárias – por vezes configurando jornadas de até 12 horas diárias (TOSCANO, 2007) – performando atividades repetitivas em jogos *online*. O propósito da repetição é executar ações dentro do jogo que resultem no ganho de itens valiosos dentro da economia interna do jogo.

A palavra *gold* refere-se a moedas de ouro, enquanto *farming* é a atividade de dedicar tempo e esforço a uma tarefa que não apresenta desafios ou prazer lúdico, mas que é fundamental para o progresso, afinal, o ouro compra novos equipamentos e itens diversos. Em medidas moderadas, qualquer jogador de jogos como World of Warcraft e outros jogos *multiplayer* massivos já se engajou na atividade de *farming*. Essa é muitas vezes uma condição prescrita no jogo, à medida em que o jogador requer necessita de determinados bens para progredir, ou, no cenário dos eSports, tornar-se bem sucedido em competições<sup>25</sup>. A diferença aqui, é o surgimento de uma classe de trabalhadores digitais dedicada exclusivamente à produção de moeda virtual, posteriormente vendida – transformada em capital econômico (BOURDIEU, 1983) – em canais não regulados pela Blizzard. Embora a empresa adote a política de banir os casos confirmados de *gold farming*, o mecanismo é relativamente pouco usado, mesmo que a atividade esteja longe de ser invisível.

Embora a situação precária dos *gold farmers* tenha sido estudada com alguma profundidade (DIBBELL, 2016), é necessário salientar a subordinação deste tipo de trabalho ao funcionamento da plataforma na qual o jogo se enraíza. Depende efetivamente e materialmente da arquitetura da plataforma disponibilizada e sobre a qual a Blizzard possui governança. Parece haver, no contexto dos *game studies*, uma espécie e fascínio ingênuo com a emergência de comunidades autônomas e autorreguladas<sup>26</sup>. Não

---

25 O processo de aquisição e negociação de bens virtuais é um ponto relevante, mas que não será explorado nesse artigo. Em Falcão e Maques (2017) é possível verificar como funciona a circulação de bens virtuais em Hearthstone, bem como o impacto dessa economia projetada nas aspirações competitivas de jogadores, fenômeno chamado popularmente de *pay-to-win*.

26 Cabe considerar, entretanto, que tal fascínio não é uma característica exclusiva dos *game studies* enquanto campo, mas se apresenta também em diferentes momentos dos estudos de mídia e, mais particularmente, mídias digitais. Embora não seja nosso objetivo reanimar uma discussão entre apocalípticos e integrados, cabe apontar que teóricos influentes dos estudos em cibercultura – como Pierre Levy, Manuel Castells e Henry Jenkins – em certa medida apontavam para um desenrolar democrático e participativo para o ciberespaço que, na prática, não tomou forma. No caso dos *game studies*, particularmente, os estudos críticos têm historicamente se debruçado em problemas da ordem do consumo, seja a partir de pesquisadores que buscam associar *games* a violência ou mesmo trabalhos que demonstrem comportamentos tóxicos e misoginia em ambientes de jogo. Nossa inserção, portanto, endereça o contexto maior – do capitalismo tardio, neoliberalismo e governança de plataforma – em que essas relações de interação e consumo se desenrolam. Não é nosso objetivo diminuir as capacidades

que elas não existam, mas tal espontaneidade pode esconder estratégias de controle e governança a princípio invisíveis<sup>27</sup>. A ameaça de desequilíbrio trazida pelos *gold farmers* (inflação dentro do jogo) é combatida de forma eficiente por estratégias para modular a economia do jogo (DIBBELL, 2016).

A Blizzard, portanto, combate a prática apenas na medida em que o confronto não interfira na estabilidade da dinâmica de World of Warcraft. A produção de moedas virtuais segue firme o bastante, inclusive, para ter atraído trabalhadores venezuelanos – encorajados pelo alto valor do dinheiro virtual do jogo em comparação com a moeda hiperinflacionária do seu país<sup>28</sup>. Trata-se de um mercado suficientemente estável para ser utilizado como trabalho punitivo em prisões chinesas, contribuindo para a racialização da prática e para os consequentes atritos entre, por exemplo, norte-americanos e asiáticos no jogo (NAKAMURA, 2009). Esses casos extremos, em última análise, dependem de um enquadramento da atividade lúdica dentro da lógica de trabalho que atinge inclusive os jogadores convencionais:

No entanto, há outro tipo de trabalho menos reconhecível escondido sob a sombra do *gold farming*: a mesma atividade feita sem compensação monetária, que compreende o maior volume de *gold farming* em MMOs. Convencionou-se chamar esse esforço não remunerado de “jogo”, mas, dadas as suas semelhanças gritantes com o que os *gold farmers* fazem o dia todo, vale a pena perguntar exatamente por que não é um emprego. E se essa pergunta é pertinente, o mesmo acontece com outra: por que não chamar o que os *gold farmers* fazem de “jogo”? (DIBBELL, 2016, p. 422, tradução nossa<sup>29</sup>).

Trata-se, portanto, de uma estrutura que depende tanto do trabalho digital remunerado e precarizado quanto do que Tiziana Terranova chama de *free labor* (TERRANOVA, 2000). Nesse sentido, o vínculo entre a Blizzard e um segundo ator – o Twitch – é crucial. Analisaremos alguns desses tipos de trabalho e o modo como amplificam o poder da plataforma Blizzard – e como exigem dela novos métodos de governança e controle.

Na primeira página do Twitch, uma rede de algoritmos realiza uma varredura de produtores de conteúdo, exibindo aqueles que julga mais relevantes. Essa seleção leva em conta não apenas o histórico de consumo do usuário, mas também os interesses da plataforma: alguns jogos e *streamers* são mais priorizados em detrimento de outros. São milhares de produtores transmitindo sessões de jogos simultâneas. Grandes *streamers*, como Summit1g e shroud, arrastam respectivamente 4 e 6,5 milhões de seguidores na plataforma, em média com 15 a 20 mil espectadores simultâneos por transmissão<sup>30</sup>.

Embora não haja estimativas precisas da remuneração destes *streamers*, é razoável pressupor que seus rendimentos cheguem a centenas de milhares de dólares mensais cada, o que não inclui os ganhos da

---

agenciais dos sujeitos envolvidos nesses fenômenos, mas melhor compreender os agenciamentos e mediações promovidos pelas plataformas que estruturam experiências lúdicas contemporâneas.

27 É o que se nota no estudo do jogo EvE Online (2004), mundo persistente virtual povoado por, em média, 400 mil jogadores ativos, que se organizam em corporações rivais, travando guerras tanto econômicas quanto bélicas. A aparência emergente e autônoma da economia do jogo, no entanto, é constantemente temperada com ações precisas da CCP, empresa responsável pelo desenvolvimento e manutenção do jogo – por exemplo, com a criação da moeda virtual PLEX em 2012, uma tentativa de fazer jogadores pagarem um pouco mais para conseguirem recursos e itens (como naves espaciais e armas) mais rapidamente. Assim, a empresa nivelou o campo para jogadores iniciantes, desde que estes estivessem dispostos a pagar dinheiro extra.

28 Ver mais em: <https://www.polygon.com/2017/9/10/16283926/venezuelan-gold-farming-runescape-targets>. Acesso em: 09 mar 2020.

29 No original: “Yet, there is another, less-recognizable sort of labor hidden in gold farming’s shadow: farming completed for no monetary compensation at all, which comprises the majority of farming in MMOs. Convention requires that we call this unpaid effort ‘play’, but given its stark similarities to what gold farmers do all day, it is worth asking exactly why it is not a job. And if that question bears asking, then so does another: why not call what the gold farmers do a ‘game?’”

30 Mais informações em: <https://twitchstats.net/>. Acesso em: 09 mar 2020.

própria plataforma Twitch com publicidade, patrocínios e assinaturas de jogadores – um modelo no qual o usuário paga mensalmente para obter acesso a funcionalidades (emojis, permissões especiais de chat, entre outros) em transmissões de streamers específicos<sup>31</sup>.

No entanto, sob a camada superior dos mega *streamers* há uma multidão de aspirantes, trabalhando em longas jornadas e recebendo pouca ou nenhuma remuneração. Além disso, como aponta Taylor (2018), muitas outras camadas de trabalho afetivo se desenvolvem aí: moderadores dos canais que normalmente trabalham gratuitamente; *designers* e desenvolvedores dedicados a produzir *plugins* e *addons* para amplificar a experiência de espectralidade no *stream*; *fandoms* de determinados *streamers* que se engajam na produção de *fan-art*, *fanfics* e outros bens provenientes do seu objeto de culto; entre outros. Argumentamos aqui que, historicamente, os *game studies* ignoraram o papel das plataformas que organizam essas mediações enquanto atores importantes, especialmente no contexto do capitalismo de plataforma e das relações de trabalho que daí emergem. Não se trata aqui de denunciar uma negligência em ambientes específicos, mas sim da compreensão de um espírito e de estratégias de utilização destes ambientes frente a uma filosofia de organização e habilitação de comportamentos sócio técnicos. Cabe destacar, assim, que o crescente processo de plataformização (enquanto macro fenômeno social) não passa despercebido pelos *games studies*. À medida que plataformas como Twitch, Steam e YouTube crescem em popularidade, bem como a partir do momento em que desenvolvedores passam a atuar – e monetizar esta atuação – de forma plataformizada, pesquisadores do campo passam, também, a observar as plataformas<sup>32</sup>. Entretanto, normalmente se coloca sob os holofotes os jogadores – profissionais ou não – e sua agência como definidores do sucesso ou não de um jogo. Como já dito, as práticas de consumo (no sentido amplo do termo) que emergem nas, e a partir das, plataformas certamente são devedoras das capacidades agenciais e criativas dos usuários, mas não somente. A emergência do modelo de negócio da plataforma torna mais visível o entrelaçamento entre o ato de jogar e o esforço empreendido para produzir capital, trabalho.

Os pesquisadores Mark Johnson e Jamie Woodcock, por meio de entrevistas com 39 *streamers* de baixa popularidade, puderam demonstrar o tipo de trabalho envolvido na construção de carreiras no website Twitch. O processo envolve a busca pela “parceria” (*partnership*) com o Twitch, quando o *streamer* alcança um nível de popularidade suficiente para que a empresa repasse parte dos rendimentos com publicidade para o produtor de conteúdo. Este alcance, embora eleve o produtor a um nível de trabalho razoavelmente estável, ao mesmo tempo gera a precariedade do trabalho que, nas amostragens desta pesquisa específica, chegam a 70 ou até 90 horas de trabalho semanais (JOHNSON; WOODCOCK, 2017). Some-se a isso o trabalho igualmente árduo no qual *streamers* não parceiros engajam para obter a parceria:

Entendendo que as recompensas são distribuídas de forma extremamente concentrada no topo, os *streamers* tanto aspiravam a atingir tais alturas quanto refletiam, com diferentes graus de crítica, sobre o esforço necessário para obter essas metas. [...]. Há, portanto, também uma clara subjetividade neoliberal apresentada nas entrevistas, através da qual os *streamers* argumentam que o trabalho árduo, na área, é automaticamente recompensado (JOHNSON; WOODCOCK, 2017, p. 16, tradução nossa<sup>33</sup>).

---

31 Ainda segundo o site <https://twitchstats.net/>, os maiores *streamers* chegam a possuir até 30 mil assinantes em seus canais que podem pagar de aproximadamente 5 a 25 dólares por mês; dinheiro que é dividido igualmente entre o produtor de conteúdo e o Twitch. Acesso em: 09 mar 2020.

32 Considere-se, a título de ilustração, o trabalho de Švelch (2019) sobre o processo de midiatização.

33 No original: “*Understanding that rewards are distributed in an extremely top-heavy fashion, streamers were both aspiring to reach those heights and reflecting back with varying degrees of criticality upon what they thought it would take in order to obtain those goals. [...] There was, therefore, also clear neoliberal subjectivity presented in the interviews, through which streamers argued that hard work, in streaming, is automatically rewarded*”.

Um processo semelhante acontece no ecossistema de *eSports*, em que o topo da pirâmide é ocupado por um pequeno grupo de atletas bem-sucedidos, com contratos milionários, tratados como estrelas. Embora sejam o rosto do mercado, escondem um exército de aspirantes, organizadores de torneios, produtores de conteúdo, entre outros. Este ecossistema está fortemente associado ao Twitch, já que tanto os atletas da camada superior quanto os aspirantes, recorrem a transmissões diárias para transformar o jogo competitivo em sua fonte de renda principal. A forte exposição do topo da pirâmide e das carreiras de sucesso de times patrocinados por empresas como Cloud9, G2 Sports e Team Liquid, “invisibilizam um trabalho aspiracional extremamente precário e retribuído de modo desigual” (JENSON e CASTELL, 2018, p. 14, tradução nossa<sup>34</sup>). Não é surpresa, portanto, que esses jogadores figurem constantemente na página inicial do Twitch, bem como em exibições de campeonatos espetaculares e outros conteúdos que demonstrem o potencial da plataforma em facilitar a jornada de sucesso do jogador aspirante.

A emergência do *stream* enquanto fenômeno cultural contemporâneo e o processo de plataformação, portanto, reconfiguram a linha historicamente tênue entre jogar e trabalhar. O que parece emergir é a consolidação de um modelo de negócio – uma plataformação do jogo – em que plataformas chave (como Blizzard e Twitch) estimulam os usuários/consumidores a produzir uma grande e variada quantidade de capital – afetivo, econômico, social, cultural, entre outros. Essa produção pressupõe a precarização do trabalho e o surgimento de novas atividades laborais envolvendo jogos digitais e uma ampla negociação entre múltiplos *stakeholders*: Blizzard, Twitch, *streamers* profissionais, moderadores, algoritmos, audiência, aspirantes a *streamers*, fãs, entre outros. Diminuir a capacidade agencial das plataformas nesse cenário – cumprindo a narrativa de que essas são somente intermediárias – pressupõe o apagamento de relações de governança e poder, diretrizes que prescrevem a precarização do trabalho nesse campo e regulam a forma como o capital é extraído e rentabilizado por essas empresas.

## Status Quo: Rumo a uma Reorganização

Uma semana após o crescimento dos protestos, no dia 12 de outubro, a Blizzard emitiu um novo pronunciamento alterando a penalidade contra Blitzchung na tentativa de aplacar a comunidade<sup>35</sup>. São centrais aqui as ideias de afeto pelo jogo e do espaço do jogo enquanto espaço de entretenimento. Não é coincidência que os termos *gaming* e *entertainment* apareçam de forma recorrente e correlata ao longo do depoimento. Tratando especificamente sobre a atitude de Blitzchung, a Blizzard afirma que: “(...) a transmissão oficial precisa ser sobre o torneio e ser um lugar onde todos são bem-vindos. Em apoio a isso, queremos manter os canais oficiais **focados no jogo**.” (REGARDING, 2019, p. 1, tradução nossa, destaques no original). Esse ponto é reforçado em um terceiro momento na mensagem: “Temos essas regras para manter o foco no jogo e no torneio em benefício de um público global, e essa foi a única consideração nas ações que tomamos” (REGARDING, 2019, p. 1, tradução nossa, destaques no original).

Após a Blizzard vir a público alterando as penalidades, Blitzchung também se manifestou oficialmente sobre o caso<sup>36</sup>. Sua fala, de forma geral, demonstra gratidão à Blizzard por reduzir suas penalidades, bem como reconhecendo o espaço da transmissão como “dedicado ao jogo”.

### As pessoas da Blizzard me explicaram isso através de um telefonema e eu

---

34 No original: “renders invisible hugely precarious, unequally rewarded aspirational labor”.

35 O argumento central desse novo pronunciamento se assemelha ao discurso de Kibler, Kripparian e da Riot: o espaço do broadcast precisa estar focado no jogo e somente no jogo. O pronunciamento completo pode ser lido em <https://bit.ly/36UIYlf>. Acesso em: 09 mar 2020.

36 Este texto pode ser lido em [https://www.twitlonger.com/show/n\\_1sr1jn4](https://www.twitlonger.com/show/n_1sr1jn4). Acesso em: 09 mar 2020



**realmente aprecio isso, e aceito a decisão delas sobre essa parte. (...) Vou aproveitar este tempo para relaxar e decidir se vou ou não ficar no cenário competitivo do Hearthstone.** O Hearthstone mudou a minha maneira de viver; eu realmente amo esta comunidade. Bençãos a todos os jogadores por aí e bênção à Blizzard<sup>37</sup>. (MCGREGOR, 2019, p. 1, tradução nossa, destaques no original).

A resignação de Blitzchung parece apontar para alguns caminhos: reforça a governança e colonização da Blizzard sobre as atividades em seus jogos, ao reconhecer que as penalidades são justas e que o foco do campeonato é o jogo, além de expor o papel confuso que os *pro-players* ocupam nas comunidades que envolvem *eSports*. É inegável o poder desses jogadores como influenciadores na cena, mas questionamos a extensão e o alcance desse poder. Por fim, a postura de Chung demonstra o aparato de controle da Blizzard sobre suas *play activities*, de forma que poucos atores alcançam condições de escapar dessa estrutura de poder.

Após os últimos posicionamentos da Blizzard e Blitzchung a controvérsia perde força, ao mesmo tempo em que a comunidade espera as repercussões da BlizzCon 2019, convenção particular da corporação, tal qual outras que figuram na cultura pop/nerd. Embora o movimento #BoycottBlizzard tenha sido poderoso e representativo, questiona-se qual será o legado das manifestações. Não parece haver desdobramentos em termos da postura da Blizzard ou da sua estrutura de governança. Isso aponta para tamanho desequilíbrio de poder entre usuários e plataformas que, mesmo frente a tamanha demonstração de arbitrariedade, a plataforma permanece em total controle sobre os usuários.

## Considerações (Algo) Finais

Poucos dias após a controvérsia desenrolar-se, surge um post no Reddit em que um jogador, arrependido de ter deletado sua conta da Blizzard, pergunta se é possível recuperá-la<sup>38</sup>. O argumento central: o desejo de jogar Overwatch com os amigos. O problema: a pressão social exercida pelo movimento #BoycottBlizzard o levou a cancelar sua conta. Esse curioso caso expõe quão poderosa é a estrutura de governança proporcionada pela plataforma. Duas plataformas entram em cena, o Reddit, ao servir de articulador para a organização do movimento, insuflando a atitude reacionária dos jogadores através da sua arquitetura de organização de conteúdo; e a própria Blizzard, a qual o jogador precisa se submeter caso deseje engajar-se com parte significativa da cultura *gamer* contemporânea.

Nesse sentido, procuramos através deste trabalho expor as dinâmicas internas da manutenção social empreendida pela plataforma Blizzard e o modo como esta organiza vetores de dominação em torno das práticas de diversão que afirma priorizar. Esse conjunto de ferramentas abrange tanto a guerrilha discursiva, travada contra os usuários (des)organizados no Twitter e contra a imprensa formal, quanto o vínculo patronal entre a empresa e o jogador profissional, disciplinado por sua opinião desconfortável.

Tal vínculo esconde uma miríade de fios que ligam modos de esforço e trabalho disfarçados de jogo, que produzem valor para a empresa – este utilizado para intensificar e aperfeiçoar suas formas sutis de influência sobre o comportamento dos usuários. Assim, constitui-se um ciclo de *feedback* positivo, que acrescenta mais e mais valor a mecanismos de plataforma mais e mais eficientes, que geram mais capital num ciclo de (re)produção constante. Como reforçam Couldry e Mejias (2018, p. 3): “(...) a plataforma produz o social para o capital, uma forma de social que está pronta para a apropriação e exploração pelo

---

37 No original: “People from Blizzard had explained this to me through a phone call and I really appreciate that, and I accept their decision on this part. (...) I will take this time to relax myself to decide if I am staying in competitive hearthstone scene or not. Hearthstone changed the way I live; I really love this community. Blessing to all the players out there and blessing to Blizzard”

38 Disponível em: [https://twitter.com/tha\\_rami/status/1191264893141282816?s=12](https://twitter.com/tha_rami/status/1191264893141282816?s=12). Acesso em: 09 mar 2020.

valor como dado”<sup>39</sup>.

Os momentos de distúrbio desta lógica, como no caso Blitzchung, tendem a atormentar a estabilidade do sistema de uma plataforma como a Blizzard. No entanto, por mais que alimentem discórdia e façam circular narrativas dissidentes, essas são rapidamente apagadas pela massiva interferência da plataforma – tendo em vista o esvaziamento da polêmica após o anúncio dos jogos Diablo 4 e Overwatch 2 por parte da Blizzard, no dia primeiro de novembro de 2019<sup>40</sup>. O estudo da plataformização das práticas de jogo deve expor não apenas as forças dos conglomerados e seu poder de regulação, mas deve, também, demonstrar as fraquezas das estratégias de resistência, para que novos métodos, mais eficientes, possam emergir. A indústria do entretenimento, assim, parece acompanhar o modelo de expansão agressiva das outras plataformas comumente analisadas por críticos e pesquisadores, como Uber, AirBnB, Facebook e Amazon. As plataformas como a Blizzard, contudo, encontram um terreno particularmente fértil: a colonização do lúdico pelo capital.

## Referências

AARSETH, Espen. **Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature**. London/Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1997.

CAILLOIS, Roger. **Man, play and games**. Chicago: University of Illinois Press, 2001.

CHENEY-LIPPOLD, John. **We are data**. Algorithms and the making of our digital selves. New York: NYU Press, 2017.

CONSALVO, Mia. **Cheating: Gaining Advantage in Videogames**. Cambridge, Mass: MIT Press, 2007.

COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. Data Colonialism: Rethinking Big Data’s Relation to the Contemporary Subject. **Television and New Media**, v. 20, n. 4, p. 1-14, 2018.

DANAHER, John. The Threat of Algocracy: Reality, Resistance and Accommodation. **Philosophy and Technology**, v. 29, n. 3, p. 245–268, 2016.

DIBBELL, Julian. Invisible Labor, Invisible Play: Online Gold Farming and the Boundary Between Jobs and Games. **Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law**, v. 18, n. 3, p. 419-465, spring, 2016. Disponível em: [http://www.jetlaw.org/wp-content/uploads/2016/05/Dibbell\\_SPE\\_5-FINAL.pdf](http://www.jetlaw.org/wp-content/uploads/2016/05/Dibbell_SPE_5-FINAL.pdf). Acesso em: 09 mar. 2020.

DYER-WITHEFORD, Nick; PEUTER, Greid de. **Games of Empire: Global Capitalism and Video Games**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009.

FALCÃO, Thiago; MARQUES, Daniel. PAGANDO PARA VENCER: Cultura, agência e bens virtuais em video games. **Contracampo, Niterói**, v. 36, n. 02, pp. 133-156, ago. 2017/out. 2017.

GOFFMAN, Erving. **Encounters: two studies in the sociology of interaction**. Indianapolis: Bobbs–Merrill, 1961.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

HJAVARD, Stig. **The Mediatization of Culture and Society**. London/ New York: Routledge, 2013.

---

39 No original: “*The platform, we argue, produces the social for capital, that is, a form of ‘social’ that is ready for appropriation and exploitation for value as data, when combined with other data similarly appropriated*”.

40 Disponível em: <https://www.techradar.com/news/diablo-4-news-release-date-trailers-rumors>. Acesso em: 09 mar 2020.

JENSON, Jennifer; CASTELL, Suzanne de. The Entrepreneurial Gamer: Regendering the Order of Play. **Games and Culture**, v. 13, n. 7, p. 1-19, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1555412018755913>. Acesso em: 09 mar 2020.

JAMESON, Frederic: **Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism**. Durham: Duke University Press, 1991.

JOHNSON, Mark; WOODCOCK, Jamie. 'It's like the gold rush': the lives and careers of professional video game streamers on Twitch.tv. **Information, Communication and Society**, v. 22, n. 3, p. 336-351, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1386229>. Acesso em: 09 mar 2020.

LATOUR, Bruno. 'Where Are the Missing Masses?' The Sociology of a Few Mundane Artifacts. In: WIEBE, E. Bijker; LAW, John (Eds.). **Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change**. Cambridge, Mass: MIT Press, 1992. p. 225-258.

LE MOS, André. Epistemologia da comunicação, neomaterialismo e cultura digital. **Galáxia (São Paulo)**, v. 404, n. 43, p. 54-66, abr. 2020.

MACEY, Josph; HAMARI, Juho. eSports, skins and loot boxes: Participants, practices and problematic behaviour associated with emergent forms of gambling. **New Media & Society**, v. 21, n.1, p. 20-41, jul. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444818786216>. Acesso em: 09 mar 2020.

MALABY, Thomas. Parlaying Value: Capital in and Beyond Virtual Worlds. **Games and Culture**, v. 1, n. 2, p. 141-162, apr. 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1555412006286688>. Acesso em: 09 mar 2020.

MCGREGOR, Jody. Suspended Hearthstone Grandmaster Blitzchung responds to Blizzard's statement. **PC Gamer**, Nova Iorque, EUA, 13 out. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2yS9Zmb>. Acesso em: 09 mar. 2020.

MACEDO, Tarcízio; FALCÃO, Thiago. E-Sports, herdeiros de uma tradição. *Intexto*, v. n/c, n. 45, maio/ago. 2019, p. 246-267. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/83818/0>. Acesso em: 09 mar 2020.

MITCHELL, Liam. **Ludopolitics: Videogames Against Control**. Zero Books, 2018.

MOROZOV, Evgeny. **To Save Everything, Click Here: The Folly of Technological Solutionism**. Nova Iorque, EUA: PublicAffairs, 2013.

NAKAMURA, Lisa. Don't Hate the Player, Hate the Game: The Racialization of Labor in World of Warcraft. **Critical Studies in Media Communication**, v. 26, n. 2, p. 128-144, jun. 2009. Disponível em: <https://lnakamur.files.wordpress.com/2012/03/donthatetheplayer.pdf>. Acesso em: 09 mar 2020.

NIEBORG, David B.; POELL, Thomas. The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. **New Media & Society**, v. 20, n. 11, p. 4275-4292, nov. 2018.

REGARDING last weekend's Hearthstone Grandmasters Tournament. **Blizzard News**, Irvine (California), 12 out. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2wAIE8w>. Acesso em: 09 mar. 2020.

SICART, Miguel. **The ethics of computer games**. Cambridge: The MIT Press, 2009.

SRNICEK, Nick. **Platform capitalism**. [s.l.]: John Wiley & Sons, 2017.

ŠVELCH, Jan. Mediatization of a card game: Magic: The Gathering, sports, and streaming. **Media, Culture & Society**, Online First, n. n/c, p. 1-19, out. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0163443719876536>. Acesso em: 09 mar. 2020.

TAYLOR, T. L. **Watch me play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming**. Princeton: Princeton University Press, 2018.

TERRANOVA, Tiziana. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. **Social Text**, v. 18, n. 2, p. 33-58, 2000. Disponível em: <http://web.mit.edu/schock/www/docs/18.2terrano.pdf>. Acesso em: 09 mar. 2020.

TOSCANO, Alberto. From Pin Factories to Gold Farmers: Editorial Introduction to a Research Stream on Cognitive Capitalism, Immaterial Labour, and the General Intellect. **Historical Materialism**, v. 15, n. 1, p. 3-11, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1163/156920607X173742>. Acesso em: 09 mar. 2020.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martjin. **The Platform Society**. v. 1. Oxford: Oxford University Press, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. **Journal of Information Technology**, v. 30, n. 1, p. 75-89, 2015.

---

Thiago Falcão é professor do Departamento de Mídias Digitais e Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. Neste artigo, contribuiu com a edição dos dados coletados; estruturação do problema de pesquisa e posicionamento diante do campo; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito e revisão da versão em língua estrangeira.

Daniel Marques é professor da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, sendo também doutorando na Universidade Federal da Bahia e pesquisador no Lab404/UFBA. Neste artigo, contribuiu com a coleta e seleção de dados; revisão bibliográfica e pesquisa sobre trabalho de plataforma; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito e revisão da versão em língua estrangeira.

Ivan Mussa é professor assistente na Universidade Federal do Rio Grande do Norte e vice-coordenador do GP Games da Intercom. Neste artigo, contribuiu com a edição dos dados coletados; revisão bibliográfica e pesquisa sobre trabalho digital no contexto dos jogos digitais; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito e revisão da versão em língua estrangeira.