

Edição v. 40  
número 3 / 2021

Contracampo e-ISSN 2238-2577  
Niterói (RJ), 40 (3)  
set/2021-dez/2021

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.

## DOSSIÊ

Quem não sonhou em ser um jogador de *videogame*? Colonialidade, precariedade e trabalho de esperança em Free Fire<sup>1</sup>

Who hasn't dreamed of being a video game player? Coloniality, precariousness and hope labor in Free Fire

## TARCÍZIO MACEDO

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) – Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil.  
E-mail: [tarciziopmacedo@gmail.com](mailto:tarciziopmacedo@gmail.com). ORCID: 0000-0003-3600-1497.

## GABRIELA KURTZ

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) – Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil.  
E-mail: [gabriela.kurtz@puccrs.br](mailto:gabriela.kurtz@puccrs.br). ORCID: 0000-0002-8730-3383.

1 O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

## Resumo

Este artigo busca entender o modo como imagens e imaginários coloniais viajam pelos jogos, a partir de ações publicitárias ao seu redor, e criam condições maduras para a proliferação do trabalho gratuito baseado em esperança. O tema é enquadrado a partir de preceitos teórico-epistemológicos que problematizam a relação entre trabalho e lazer nos *videogames*, fenômeno que é melhor compreendido pela lente da colonialidade. O olhar se debruça sobre as estratégias publicitárias da *Operação Chrono* no Brasil, do jogo *Free Fire*, juntamente com campanhas de grandes anunciantes nos *esports* e no futebol. Identifica-se o reforço da ideologia neoliberal e a valorização lucrativa das formas de lazer e esperança de jogadores aspirantes, por meio da reprodução de retóricas que reiteram a matriz colonial, a precariedade, a exploração e assimetrias de poder na indústria e no ecossistema de *esports*.

### Palavras-chaves

*Esports*; Colonialidade; Precariedade; Trabalho de Esperança; *Free Fire*.

## Abstract

This article seeks to understand how colonial images and imaginaries travel through games, based on advertising actions around them, and create mature conditions for the proliferation of free labor based on hope. The theme is framed from theoretical-epistemological precepts that problematize the relationship between labor and leisure in video games, a phenomenon that is better understood through the lens of coloniality. The gaze focuses on the advertising strategies of *Operation Chrono* in Brazil, the game *Free Fire*, along with campaigns by major advertisers in esports and soccer. The reinforcement of the neoliberal ideology and the profitable valorization of the forms of leisure and hope of aspiring players is identified, through the reproduction of rhetoric that reiterates the colonial matrix, the precariousness, the exploitation, and asymmetries of power in the industry and the esports ecosystem.

### Keywords

*Esports*; Coloniality; Precariousness; Hope labor; *Free Fire*.

## Introdução

Nos últimos anos, há um fenômeno particularmente interessante em curso dentro do cenário de jogos digitais. Free Fire (FF) (Garena, 2017), o jogo de tiro lançado em 2017, rapidamente foi apropriado pela comunidade brasileira, tanto por sua semelhança com outros títulos já populares como Player Unknown's Battlegrounds (PUBG) e Counter Strike: Global Offensive (CS:GO), quanto por sua portabilidade, uma vez que se trata de um jogo *mobile*. O Brasil é um dos líderes na comunidade mundial, alçado para o *status* de *game* mais baixado para *smartphones* no país desde 2018 e contando com um servidor dedicado ao público brasileiro. FF não apenas é hegemônico no cenário *mobile* nacional, com um número de jogadores e *downloads* recorde, como a empresa relata ter sido o jogo para celular mais lucrativo no país no ano de 2019 (FALCÃO, 2021) e relatórios indicam que o título foi o mais baixado no mundo em 2019 e 2020.<sup>2</sup>

Por se tratar de um jogo multijogador no estilo *battle royale*<sup>3</sup>, há uma cena competitiva em plena ascensão. Em sua apreciação crítica sobre o cenário brasileiro de esportes eletrônicos (*esports*), Thiago Falcão (2021) argumenta que o jogo da Garena se desenvolveu significativamente ao ponto de rivalizar com os líderes do cenário competitivo nacional: League of Legends (LoL) e CS:GO. Parte desse sucesso é decorrente da vantagem comercial de FF: é um jogo que consegue alcançar tanto as mais variadas classes sociais quanto todas as regiões do país, especialmente as menos centrais (Norte e Nordeste), reforça o autor. A questão gira em torno da existência de certas condições e elementos materiais que jogos de computador ou consoles requisitam, como LoL, CS:GO e FIFA, e que são dispensadas em FF – favorecendo, assim, a sua proliferação no país. Esse contexto de relativa facilidade de acesso ao competitivo de FF por determinadas classes sociais é atrativo.

Como sugere Falcão (2021), é necessário chamar a atenção sobre como o cenário brasileiro de *esports* não é apenas sobre equipes, jogadores ou possibilidades de *marketing*, ganhos comerciais e ascensão de novos ídolos e atletas, mas também sobre a compreensão deste contexto precário representado nas implicações sociais e problemas estruturais decorrentes da extensão das amarras coloniais no país. Com a profissionalização do segmento conhecido como *esports* móveis (*mobile esports*), não é incomum encontrar exemplos na mídia que relatam o triunfo e a ascensão de jogadores a partir da produção de certas atividades relacionadas a jogos.<sup>4</sup> A possibilidade de sair da comunidade e alcançar uma vida abastada por meio da carreira em jogos, seja como atleta ou *streamer*<sup>5</sup>, atrai inúmeros jovens em condições de vulnerabilidade. É a partir desse contexto que endereçamos nossa análise.

Em dezembro de 2020, a Garena, empresa responsável por publicar e distribuir FF, lançou uma campanha publicitária no Brasil para promover um novo modo do *game*, mapas inspirados na estética *cyberpunk* e o lançamento de um personagem baseado no jogador de futebol Cristiano Ronaldo.<sup>6</sup> Esse modo, chamado de *Operação Chrono*, contou com uma campanha especial para o público brasileiro. O vídeo promocional, lançado no dia 24 de dezembro de 2020, consiste em uma superprodução de pouco mais de três minutos e meio e conta a história de um menino “da quebrada” apaixonado por futebol e Free Fire. O comercial foi gravado no Jardim Peri, em São Paulo, a mesma comunidade que revelou Gabriel Jesus, jogador da Seleção Brasileira de Futebol. Além disso, contou com uma colagem nos telhados das

---

2 Disponível em: <https://bit.ly/2THf0rW> e <https://glo.bo/3gDjDeB>. Acesso em: 22 maio 2021.

3 É um gênero de jogo no qual vários jogadores são colocados para lutar pela sobrevivência, seja individualmente ou em equipes, em um mapa que periodicamente diminui.

4 Disponível em: <https://bit.ly/3iQd8rw>, <https://bit.ly/3xpgdrk>, <https://bityli.com/JD6QI>, <https://bityli.com/Q4EVe>, <https://globoplay.globo.com/v/10015013/> e <https://bityli.com/AP5d07>. Acesso em: 16 nov. 2021.

5 Nome dado a quem produz conteúdos audiovisuais a partir de ferramentas de transmissão ao vivo (*live streaming*), podendo ser amador ou profissional.

6 Disponível em: <https://bit.ly/3zus44t>. Acesso em: 22 maio 2021.

casas do bairro feita por Luan Cardoso, que já havia feito uma arte do próprio Gabriel Jesus no mesmo local, em ação para a marca Adidas.<sup>7</sup> Essa associação entre futebol, *esports* (cf. MACEDO; FALCÃO, 2019) e FF não é meramente casual – e aparece de muitas maneiras no cenário escolhido para a filmagem até atores envolvidos na produção da ação promocional. Esse vídeo enseja, então, um potencial analítico tanto dos atravessamentos do jogo como ferramenta de colonialidade no contemporâneo (MUSSA; FALCÃO; MACEDO, 2020), quanto pela semelhança de discursos publicitários presentes no futebol brasileiro e nos *esports* como parte do reforço do *continuum* histórico da colonização do jogo.

Chegamos, assim, a uma questão central para este estudo: o que essas narrativas encenam? Quais discursos emitem? De que forma as ações publicitárias de desenvolvedoras de jogos competitivos reforçam a colonialidade e qual a consequência disso? Isto é, quais as implicações e o que emerge desse processo na economia de trabalho contemporânea? Para oferecer consistência empírica às reflexões que se procura responder acima, propomos um estudo da *Operação Chrono* de FF em relação a outras produções publicitárias voltadas para os *games* e também para o futebol. Esse esforço nos permite endereçar uma crítica a uma certa ideia, presente no vídeo, de jogar FF profissionalmente, uma que se apoia na atuação e imaginário a respeito de *streamers* e jogadores profissionais (tanto de futebol quanto de *esports*) para, ideologicamente, validar o trabalho de esperança e reproduzir as assimetrias de poder dentro do ecossistema de *esports*.

Com esse objetivo, selecionamos oito vídeos no total, nos quais marcas como Itaú, Nike, Guaraná Antártica e FIFA acionam um rastro com as narrativas, estéticas e elementos presentes no vídeo publicitário da *Operação Chrono* no Brasil. Nossa hipótese é de que há indícios que apontam para uma lógica de colonialidade nas ações da Garena, uma que recupera discursos já empreendidos no futebol e que, assim, reposiciona a colonização do jogo a um processo cíclico e contínuo muito mais longo e abrangente que acompanha as reorganizações do capital. Esse vínculo nos solicita um exame comparativo entre as retóricas publicitárias utilizadas no futebol com a campanha em questão, a fim de lançar compreensões no intuito de perceber como imagens e imaginários coloniais viajam pelo mundo pelas formas de jogo, a partir de ações publicitárias ao seu redor em diferentes períodos. Esse movimento é desenvolvido a partir do aporte metodológico da análise de conteúdo.

Deste modo, nossa discussão sobre esse objeto é orientada a partir de quatro vieses que, propomos, ajudam a elucidar a forma como o jogo se torna engrenagem de um sistema que: i) explora a mão de obra não remunerada dos jogadores; ii) favorece a acumulação de capital; e iii) apaga um conjunto de mediações e hierarquias coloniais, de exploração e dominação, em prol da ideologia neoliberal que favorece a (re)produção de desigualdades estruturais. O primeiro é uma aproximação do jogo com a chave teórico-epistemológica da colonialidade, de forma a sustentar que sua natureza foi colonizada pelas estruturas dominantes para servir a um projeto de perpetuação das relações de poder instauradas pela colonização. Em seguida, refletimos sobre o estado do jogo contemporâneo em sua relação intrínseca com o capitalismo, problematizando a corrosão gradual de sua natureza e redução a um instrumento/ferramenta de colonialidade – aqui fazemos uma breve apreciação das relações entre lazer, trabalho e colonialidade. Tendo estabelecido essas balizas teóricas, no terceiro momento abordamos uma contextualização sobre Free Fire e a *Operação Chrono*. Por fim, descrevemos como foi realizado o estudo cujos resultados tomamos como exemplos para, a seguir, apresentar uma leitura comparativa entre o vídeo publicitário da Garena e outros.

Nossa observação aponta para uma radical expansão do processo de colonização do jogo, fenômeno indicado por Thiago Falcão, Daniel Marques e Ivan Mussa (2020), Falcão et al. (2020) e Ivan Mussa, Thiago Falcão e Tarcízio Macedo (2020). No entanto, nossa abordagem desloca para a centralidade do debate a problematização de estratégias publicitárias que circundam jogos como FF, as quais atuam

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://bityli.com/d1EZ66>. Acesso em 22 maio 2021.

no sentido de reproduzir lógicas de colonialidade e domesticar a subjetividade *gamer* pela agência do neoliberalismo. Peças publicitárias possuem a potência de carregar consigo a reprodução/reencenação de práticas que reforçam a naturalização do discurso colonial e da genealogia exploratória da colonialidade global, é nossa crença. A reflexão que introduzimos aqui desponta como uma proposta de um conjunto de questões que nos encaminha a um programa de investigação mais amplo sobre o estado do jogo contemporâneo, do qual o debate deste dossiê se insere.

## Sobre ideologias e colonialidade, a ideologia do colonialismo

O jogo, da mesma forma que demais instâncias da vida como a política, a comunicação e a publicidade, está sempre situado pelo lugar epistêmico étnico-racial/sexual/de gênero. O jogo, portanto, é tributário de um contexto econômico, epistêmico, (geo)político, ideológico, histórico, espacial, étnico-racial, classista e mesmo genderizado. Soraya Murray (2019) nos ajuda a problematizar esse argumento de maneira adequada ao pensar as histórias dos *videogames* construídas na intersecção em relação aos acontecimentos mais amplos da sociedade, pelos muitos contextos nos quais as histórias se situam. Defende que “(...) se torna impossível separar uma história de jogos da política, cultura, economia, política de identidade e os interesses daqueles que desejam codificar essa história como uma coisa e não como outra” (MURRAY, 2019, *online*). As implicações disso são muitas, como veremos, mas, antes que se adentre no debate a respeito da colonialidade, um movimento à ideologia se faz necessário.

Polêmico, “ideologia” é um conceito bastante disseminado que até hoje é utilizado para os fins mais diversos. Sua recorrente popularidade é diretamente proporcional à flexibilidade de significados que possui:

Ideologia pode designar qualquer coisa, desde uma atitude contemplativa que desconhece sua dependência em relação à realidade social, até um conjunto de crenças voltado para a ação; desde o meio essencial em que os indivíduos vivenciam suas relações com uma estrutura social até as ideias falsas que legitimam um poder político dominante (ŽIŽEK, 1996, p. 9).

De maneira similar, Louis Althusser defende que as práticas sociais e as ideias estão intimamente relacionadas, e completa: “pode dizer-se que não há prática sem ideologia e que qualquer prática, incluindo a científica, se realiza através de uma ideologia” (ALTHUSSER, 1989, p. 49). Para este autor, as pessoas, em toda e qualquer atividade social (seja ela relativa ao domínio da ciência, da arte, do direito, da política, da moral ou da produção econômica), agem submetidas às ideologias respectivas, à revelia de sua vontade e mais ou menos com uma completa ignorância do assunto. Estamos aqui no espaço ideológico na medida em que a dominação social (exploração, poder) depende intrinsecamente da não transparência, como apontado por Slavoj Žižek (1996). “A ideologia é uma comunicação sistematicamente distorcida” (ŽIŽEK, 1996, p. 16). Para que a ideologia como sentido à serviço do poder seja eficaz, “a lógica de legitimação da relação de dominação tem que permanecer oculta” (ŽIŽEK, 1996, p. 14). Os argumentos de Althusser (1989) e Žižek (1996) mostram que nada se faz sem influência ideológica e que a luta ideológica é, neste sentido, evidente.

Autores como Mário Stoppino (1986) e Teun van Dijk (1995) evocam o sentido “fraco”, e, portanto, neutro, que considera a ideologia como um sistema de significado geral, ou como processos que estariam na base da cognição sociopolítica de dados grupos e que qualquer um poderia, de maneira mais ou menos efetiva, direcionar aos seus próprios fins. De maneira alternativa, Žižek (1996), Althusser (1989) e John Thompson (2009) defendem uma leitura crítica da ideologia a partir de seu sentido “forte”.<sup>8</sup> Este sentido,

---

8 Thompson (2009) baseia sua concepção crítica na relação dialética de formas simbólicas com sistemas de dominação, isto é, no uso da cultura e de suas construções de sentido para implantar e manter relações de dominação.

como recupera Stoppino (1986) a partir de duas tendências gerais inventariadas por Norberto Bobbio (“fraco” e “forte” de ideologia), nasce do conceito de ideologia proposto no pensamento de Karl Marx e é “entendido como falsa consciência das relações de domínio entre as classes” (STOPPINO, 1986, p. 585).

Assim, nossa leitura da ideologia se filia a uma perspectiva “forte” do conceito, em detrimento de seu significado fraco ainda predominante. O objetivo da crítica ideológica seria, então, como sugerem Thompson (2009) e Žižek (1996), desvelar e discernir as maneiras pelas quais a tendenciosidade desconhecida das formas simbólicas significativas da cultura são formadas e constitutivas das relações de dominação. Isso inclui, portanto, práticas, discussões, discursos e textos dos chamados trabalhadores de esperança (KUEHN e CORRIGAN, 2013) e da cultura global de *videogames* a partir de suas rupturas, lacunas e lapsos.

A teoria do sistema-mundo moderno/colonial<sup>9</sup> demonstra que a colonialidade e as lógicas do capital extrapolam a esfera retórica e ideológica, uma vez que implica em variados processos – enredados a distintas camadas estruturais – inseridos em uma mesma realidade material histórica (incluindo o simbólico-ideológico) (GROSFUGUEL, 2008). No entanto, o escrutínio desses artifícios ideológicos e retóricos é um mecanismo analítico pelo qual autores do giro decolonial operam parte significativa da crítica que expõe e desconstrói o legado colonial (ou seja, a continuidade das formas coloniais de dominação) reificado em inúmeros discursos, narrativas e aspectos práticos da vida. Ideologia, por exemplo, é um conceito bastante utilizado por Walter Mignolo (2003, 2007) em suas obras *Historias locales/disenos globales* e *La idea de América Latina*. O colonialismo é situado por este autor como uma ideologia oculta da modernidade e da América Latina, e assim é visto por Mignolo como uma ideologia chave para entender a “ideia” de América Latina.

Por outro lado, a ideologia do colonialismo é implementada por meio da colonialidade como lógica de dominação. A própria matriz colonial de poder, referida em termos de colonialidade (QUIJANO, 1992, 2000), surgiu a partir da combinação da ideologia de expansão do cristianismo ocidental, com a consequente mudança do comércio oriunda da posse da terra e da exploração em grande escala da mão de obra (MIGNOLO, 2007). Ramón Grosfoguel (2008), ao partir da diferença colonial, também considera o dever de observar com mais seriedade as estratégias ideológico-simbólicas do mundo moderno/colonial, assim como a cultura colonial/racista deste.<sup>10</sup> Mignolo (2007), ao compreender a emaranhada teia na qual tanto a matriz colonial de poder é naturalizada e encoberta como projeto triunfante da modernidade quanto a forma como as diferenças são convertidas em valores, analisa o lado obscuro da retórica da modernidade. Desde os primórdios da constituição do sistema-mundo capitalista, a acumulação constante de capital sempre esteve conectada com ideologias – sejam elas racistas, homofóbicas ou sexistas, reforça de sua perspectiva Grosfoguel (2008).

Isso nos mostra que, a despeito da ideologia e das retóricas associadas não serem os únicos meios pelos quais operam e se limitam a colonialidade e as lógicas do capital, focar nessas categorias analíticas é particularmente apropriado, na medida em que se reconhece que “processos culturais/ideológicos

---

9 O termo refere-se à teoria do sistema-mundo desenvolvida pelo sociólogo Immanuel Wallerstein (1974), entre outros. Para ele, o imaginário (isto é, um conjunto de ideias responsáveis por dar coerência conceitual) desse sistema-mundo moderno foi construído a partir de três ideologias conflitantes, embora complementares, fruto do Iluminismo europeu: o conservadorismo, o liberalismo e o socialismo. Walter Mignolo (2003, 2007) desenvolve o conceito ao introjetar o elemento colonial/racial/moderno na concepção de sistema-mundo de Wallerstein (1974), agora pensado a partir de um “sistema-mundo moderno/colonial”. Isso se dá a partir da identificação, por Mignolo (2003, 2007), do colonialismo como uma quinta ideologia oculta (o cristianismo seria a primeira), enquanto um processo desagradável e derivado, do ponto de vista da epistemologia e teoria política ocidental, mas um “mal necessário”. Projetos explícitos da retórica moderna são frequentemente enunciados em termos positivos – “civilização”, “salvação”, “progresso”, “desenvolvimento”, “modernização” e “democracia” – enquanto a palavra “colonização” é silenciada, mesmo quando é compreendida como uma etapa vital para aproximar o “bem” a povos que assim o desejarem e o merecerem.

10 Grosfoguel (2008) argumenta ainda que a análise do sistema-mundo há alguns anos gerou o conceito de geocultura para contemplar e se referir às ideologias globais.

(...) fomentam a subordinação da periferia no sistema-mundo capitalista” (GROSFOGUEL, 2008, p. 128). Grosfoguel (2008) salienta que subestimar as dinâmicas culturais e ideológicas coloca em risco a própria abordagem político-econômica. É neste sentido que as noções de “ideologia” e “retórica” são aqui redefinidas, portanto, em referência ao enredamento heterogêneo do conjunto de ideias responsáveis por dar coerência conceitual às estratégias de múltiplos agentes do capital, neste caso especificamente representado pela Garena.

Além disso, argumentar que o jogo é tributário de um contexto ideológico abre caminho para que se visibilize a luta ideológica dentro das práticas, discussões e textos que permeiam o universo e os espaços de jogo. Essa percepção nos coloca em um circuito no qual toda resposta à uma ideologia só pode ser ela mesma ideológica: “quando um processo é denunciado como ‘ideológico por excelência’, pode-se ter certeza de que seu inverso é não menos ideológico” (ŽIŽEK, 1996, p. 9). É desta perspectiva que Mignolo (2003, p. 58) defende que a resposta à ideologia do colonialismo – logo, à colonialidade – passa pela construção de “‘um paradigma outro [que] nos leva também a ‘uma ideologia outra’, a do ‘cosmopolitismo crítico’”.

A emancipação e a imaginação de futuros possíveis estariam nos limites das ideologias da modernidade, nas bordas a partir das quais se elabora o cosmopolitismo crítico como paradigma e ideologia outra, de onde emerge o pensamento fronteiriço tanto desde a subalternidade quanto da hegemonia atenta, aberta e consciente à colonialidade. O pensamento fronteiriço, que resiste às cinco ideologias da modernidade (MIGNOLO, 2003, 2007), mostra a força da luta ideológica e a objeção a certos conceitos de ideologia que se afirmam no uso da violência para defender a liberdade, de meios antidemocráticos para proteger a democracia, na defesa do espaço à custa de vidas humanas e na nomeação de foras da lei para defender as leis (MIGNOLO, 2003).

Ideologia aqui assume a função de designar, de maneira similar ao uso de “ideologia proletária” no final da década de 1920 (ŽIŽEK, 1996), a própria força motriz “subjéctiva” da atividade subalterna, não a corrupção da consciência sob a pressão ideológica burguesa. A noção de “ideologias outras” é elaborada para introduzir os subalternos a cumprirem a sua missão histórica: afirmar seu espaço onde suas ideias foram negadas pelo pensamento da modernidade, seja ele de direita ou de esquerda (MIGNOLO, 2003).

Assim posto, é relevante que se sublinhe que *videogames* são produtos que não devem ser dissociados fundamentalmente da cultura e de suas ideologias dominante (MURRAY, 2018). Considerar os *videogames* no escopo de discursos culturais e coloniais mais amplos é relevante, porque os produtos desta indústria são eles mesmo tributários dos contextos culturais em que estão inseridos (SHAW, 2010), embora o discurso colonial – e neoliberal – nos *videogames* costume apagar esse conjunto particular de mediações, circunstâncias e dimensões. Essa breve digressão introduz a noção de que repensar o jogo pela perspectiva do mundo moderno/colonial redefine pressupostos importantes. Permite-nos examinar a que projetos os jogos – em sua diversidade de formatos – têm servido ao longo de sua história.

Mencionado inúmeras vezes nas linhas anteriores, “colonialidade” é um conceito criado por Aníbal Quijano (1992) que exprime uma tentativa de compreender a modernidade enquanto um processo intimamente associado à experiência colonial. A noção de “colonialidade do poder”, enquanto matriz ou padrão de poder no mundo moderno/colonial, é um alicerce organizador que abrange o exercício da dominação e da exploração em quatro domínios inter-relacionados da experiência humana: econômico (incluindo a exploração da mão de obra e o controle das finanças), político, *social* e epistêmico/subjéctivo/pessoal.

Cada um desses domínios de administração e controle (à ordem mundial), sustentados pelo fundamento racial e patriarcal do conhecimento – a enunciação a partir da qual a ordem mundial é outorgada (GROSFOGUEL, 2008; MIGNOLO, 2007, 2011) –, cruzam-se entre si e torna a matriz colonial de poder de difícil reconhecimento e uma complexa estrutura de níveis interligados. O fim do colonialismo com os processos de independência/descolonização não se traduziu, de forma alguma, na eliminação

das relações coloniais. É esse conjunto de estruturas e fenômenos ainda persistentes que se nomeia de colonialidade. O diagnóstico é de que permanecemos a viver enredados pela mesma “matriz colonial de poder”, pelas mesmas hierarquias coloniais de exploração e dominação europeia/euro-americana enraizadas na “divisão internacional do trabalho”, na hierarquia étnico-racial global e na espiral de acumulação do capital à escala global (QUIJANO, 1992).

O desenvolvimento do capital e a criação do capitalismo, tal como o conhecemos, foi precisamente financiado e está no centro da concepção de modernidade e seu lado oculto, a colonialidade. O capitalismo contemporâneo é herdeiro direto da lógica do colonialismo e a colonialidade seria um dos componentes essenciais e particular do padrão mundial de poder capitalista (QUIJANO, 2000). As transformações do capitalismo implicam no desenvolvimento de novos modos de “colonização” e controle, incluindo das formas, atividades e situações de jogo no mundo. Neste sentido, acreditamos que os *videogames* se apresentam como uma expressão de importância particular na dinâmica de reorganização da matriz colonial de poder contemporânea (cf. MUSSA; FALCÃO; MACEDO, 2020).

## Games entre lazer, trabalho e colonialidade

É no movimento de instauração de um novo paradigma definidor do ambiente midiático contemporâneo, a plataformização da sociedade (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018), que as relações entre jogo, trabalho e sociedade sofrem profundas complexificações (FALCÃO et al., 2020). A crescente plataformização da experiência de jogos escancara que um fenômeno que se manifesta de variados modos na indústria de *games*, no qual a colonização do jogo encontra impulso para se fortalecer. Esta noção é uma proposta que aparece, pela primeira vez, no trabalho de Falcão, Marques e Mussa (2020) e de Falcão et al. (2020), posteriormente desenvolvida em Mussa, Falcão e Macedo (2020). A noção procura oferecer uma leitura crítica sobre um processo de plataformização das práticas de jogo – uma subversão dos princípios da atividade lúdica por forças econômicas de um capital global que colonializa a experiência nos *games*. Esse cenário atual seria marcado por uma reconfiguração da indústria dos *videogames*, a partir de uma ética que age no intuito de transformar o ato de jogar, disfarçado de esforço e trabalho, em valores para o capital. É uma dinâmica cíclica de (re)produção constante de sociabilidades para o capital, disponível para a exploração e apropriação do seu valor como dado. O diagnóstico é preciso, apesar de se referir a uma fase específica dentro do *continuum* histórico da colonização do jogo, é nossa crença.

O argumento de que a plataformização da sociedade e a colonização do jogo seguem o mesmo *modus operandi* do capitalismo e do neoliberalismo – estabelecer condições de exploração fundadas na matriz de dominação e de poder colonial (FALCÃO et al., 2020) – convoca um debate sobre o trabalho gratuito (*free labor*) que é necessário a este trabalho. A sustentabilidade da internet como meio é diretamente dependente de quantias enormes de trabalho, que não são equivalentes ao emprego. Tiziana Terranova (2000) defende que parte substancial dessa imensa quantidade de trabalho que sustenta a internet é derivada de uma forma particular de trabalho gratuito, que vai desde não ser pago, mal pago, produzido socialmente e de origem coletiva.

Diversos produtos de entretenimento dependem diretamente do tempo e esforço dedicado por suas comunidades de base, e é no “engajamento” diário de legiões de consumidores que a manutenção econômica e cultural de produtos midiáticos é garantida (MACEDO, 2021a). “O trabalho gratuito é aquele momento em que esse consumo de conhecimento de cultura se traduz em produção excedente de atividades, as quais são abraçadas com prazer e, ao mesmo tempo, geralmente são descaradamente exploratórias” (TERRANOVA, 2000, p. 37). Enfatizando as assimetrias de poder, Terranova (2000) procura reconhecer a relevância do trabalho gratuito, afetivo e cultural para a indústria da mídia. A autora segue o argumento de que o trabalho gratuito é estrutural para a economia cultural no capitalismo tardio, e este é o campo que o multiplica e esgota. Nesses termos, trabalho gratuito seria uma qualidade da economia

cultural em geral e uma relevante, embora subestimada, força nas sociedades capitalistas avançadas (TERRANOVA, 2000).

O trabalho gratuito, então, é cedido simultaneamente, não aproveitado voluntariamente, desfrutado e explorado, com base apenas na emoção e nas promessas e esperanças duvidosas do trabalho digital. Esse movimento nos permite redefinir as atividades em jogos também em termos de trabalho gratuito: situações em que o jogador participa de forma gratuita e voluntária da criação de valor, impulsionado pela motivação ligada ao lazer/entretenimento, afeto, exibição do consumo, expressão da identidade, experiência, visibilidade e pelo impulso de uma subjetividade neoliberal.

Ainda assim, existe algo que escapa do debate empreendido a respeito da dimensão do trabalho gratuito e que, no entanto, é motor de sua existência. Atrelada a todos esses impulsos acima descritos, existe uma dinâmica de esperança nas atividades desenvolvidas por vários ofícios que se enquadram na nova categoria de trabalhadores digitais, de influenciadores, motoristas e entregadores de aplicativos, passando por micro-celebridades até jogadores aspirantes, profissionais e *streamers* de *games*. Um certo impulso de esperança, alimentado por uma subjetividade e racionalidade neoliberal (DARDOT e LAVAL, 2009), move suas práticas. Esse estímulo é usado de inspiração e incentivo para reforçar a hierarquia, a precarização e a exploração da atividade laboral de toda uma categoria: a crença esperançosa que, com muito esforço (trabalho), um dia talvez seja recompensado, que todo trabalho gratuito valha a pena.

O conceito de “trabalho de esperança” (*hope labor*) como “uma motivação para a produção social online voluntária” é proposto por Kathleen Kuehn e Thomas Corrigan (2013, p. 9) para expandir a compreensão das motivações por trás da produção social online. Segundo os autores, o trabalho de esperança é uma construção fundada nas dimensões ontológicas, afetivas e temporais da esperança. Estruturalmente, ele advém de uma economia política que aspirava reparar as inseguranças dos locais de trabalho contemporâneos, como uma estratégia de enfrentamento que seria útil para viajar nas incertezas da economia de trabalho do nosso tempo. Esse movimento, porém, é feito sem que os ricos associados aos processos relacionados sejam levados em conta. O conceito, portanto, está ideologicamente disposto conforme um investimento meritocrático nas expectativas de emprego, embora seu impacto seja nocivo nas perspectivas e nas carreiras em setores pretendidos. Kuehn e Corrigan (2013) defendem que a atração e o fascínio do trabalho online como um tipo de investimento guiado para o futuro costuma ser uma motivação minimizada para a produção social, embora esteja cada vez mais presente e incorporada aos modelos de negócios online.

Os autores definem o trabalho de esperança como “trabalho não remunerado ou mal remunerado realizado no presente, muitas vezes por experiência ou exposição, na esperança de que futuras oportunidades de emprego possam surgir” (KUEHN e CORRIGAN, 2013, p. 10). Kuehn e Corrigan (2013) apresentam o termo a partir do estudo de blogueiros e revisores, mas acreditamos que seja útil para compreender uma variedade de outros trabalhadores digitais, incluindo aspirantes a *streamers*, *pro-players*<sup>11</sup>, entregadores e motoristas de aplicativos, dentre outros. O trabalho de esperança expande, assim, o debate sobre o trabalho gratuito. Estruturalmente, Kuehn e Corrigan (2013) distinguem o trabalho de esperança de outras formas de trabalho gratuito a partir da ênfase dada à relação temporal entre a experiência de trabalho presente e as ambições de trabalho futuras. Nessa relação há uma transferência que desloca custos e ricos das empresas para os sujeitos, sendo ele o único responsável pelo seu próprio sucesso. Essa dimensão temporal é essencial para entender a dinâmica implicada nesse contexto e muitas vezes está ausente nos debates sobre o trabalho gratuito (KUEHN e CORRIGAN, 2013).

Trabalho de esperança é, assim, apresentado como um tipo de “investimento” que compensa os indivíduos com base no mérito, apesar do seu impacto nocivo nas perspectivas de emprego e nas carreiras. Kuehn e Corrigan (2013) já apontavam que o conceito seria útil tanto para compreender as

---

11 Termo popularmente usado na comunidade global de *videogames* para se referir a jogadores profissionais de jogos. A expressão é uma abreviação do inglês *professional player*.

motivações para a produção de conteúdo digital, quanto a progressiva orientação de vastas indústrias – dos meios de comunicação aos *games* – em aplicar essa mesma diretriz como condição para garantir trabalhos futuros. Assim, “o trabalho de esperança é mais um meio de valorizar os espaços de lazer que capturam ‘trabalhadores’ digitais em relações não muito diferentes daquelas definidas pelos acordos de trabalho tradicionais” (KUEHN e CORRIGAN, 2013, p. 10). A valorização e o aproveitamento das formas de lazer – e esperança – de inúmeras profissões de trabalhadores digitais para fins de acumulação de capital é o que tem conduzido o espírito do capitalismo em nosso tempo.

## Free Fire e a Operação Chrono no Brasil

Free Fire é um jogo de tiro multijogador, projetado para dispositivos móveis. A versão beta foi lançada em setembro de 2017 pela desenvolvedora vietnamita 111dots Studio e, na época, contava apenas com servidores dedicados em seu país de origem. A intenção era competir com outra desenvolvedora local, a Horus Entertainment, que havia lançado Bullet Strike: Battlegrounds no mesmo ano. Ambas tinham como objetivo replicar o sucesso de PUBG no país, mas a 111dots Studio acabou despontando da concorrência para muito além do planejado. Alguns motivos para esse sucesso foram a mecânica leve, foco em jogabilidade fácil de aprender e com gráficos mais simples. Isso tornou FF um jogo extremamente acessível para diversos tipos de aparelhos. Em dezembro 2017, Forest Li, CEO da singapurense e um dos homens mais ricos do mundo, adquiriu os direitos de FF logo após a publicação do beta pela 111dots Studio e lançou Garena Free Fire. Hoje sua fortuna no mundo dos *games* está apenas atrás de Tim Sweeney, CEO da Epic Games (criadora do jogo Fortnite).<sup>12</sup>

Em janeiro de 2018, FF já era líder em *downloads* em 22 países. Entre eles figurava o Brasil, atualmente um dos principais integrantes da comunidade. A Garena frequentemente presta atenção para o mercado brasileiro, incluindo personagens inspirados em celebridades do país, como Miguel (desenvolvido em referência ao personagem Capitão Nascimento, do filme *Tropa de Elite*) e Alok (com nome homônimo ao DJ brasileiro de renome internacional). Entre outras ações, há também o lançamento de músicas temáticas do *game* com artistas brasileiros, a exemplo do clipe “Zé Guaritinha”, de MC Jotapê e Mano Brown e produção de Kondzilla.<sup>13</sup>

Além das ligas internacionais, a Garena possui uma liga inteira dedicada ao Brasil. Nela há três séries, A, B e C,<sup>14</sup> e o cenário tem se configurado como altamente promissor. O desempenho dos times brasileiros nos campeonatos também trouxe os holofotes aos trópicos: os jogadores já despontaram como vencedores em várias disputas. Entre elas, o mundial de 2019, realizado no Rio de Janeiro, que consagrou a equipe do Corinthians e alçou o time e os jogadores brasileiros à elite mundial de FF.<sup>15</sup> Outras equipes também se destacam, a exemplo da LOUD, uma das principais organizações à frente de FF no Brasil atualmente. Além de contarem com grandes patrocinadores como o Banco Itaú, mantém campanhas positivas nos campeonatos.

Como citamos na introdução, Free Fire é um jogo que rapidamente foi apropriado pela população com menor poder aquisitivo no Brasil. Este fato gerou uma série de conteúdos jornalísticos apontando para a possível “realização de um sonho” a partir da prática de jogar determinados *videogames*. Com a profissionalização dos *esports* móveis, narrativas de superação e conquista por meio dos *esports* e *streaming* de *games* se propagaram e dominaram o discurso midiático. É nesse contexto que surge a campanha publicitária direcionada especificamente ao Brasil acerca da *Operação Chrono*. Este evento foi

---

12 Disponível em: <https://glo.bo/3gDjDeB>. Acesso em: 22 maio 2021.

13 Disponível em: <https://bit.ly/2S14uvk>. Acesso em: 22 maio 2021.

14 Disponível em: <https://bit.ly/35vo4D0>. Acesso em: 22 maio 2021.

15 Disponível em: <https://bit.ly/3cP6OwO>. Acesso em: 22 maio 2021.

criado com o objetivo de lançar o personagem Chrono, inspirado no jogador de futebol Cristiano Ronaldo, e também novos modos e mapas no jogo. No Brasil, foi feito um vídeo publicitário promocional. Não coincidentemente, ele foi gravado na comunidade de Jardim Peri, em São Paulo, o mesmo local onde foi revelado o jogador Gabriel Jesus.

A Garena reuniu influenciadores de FF e fez uma seletiva com jogadores de 12 a 16 anos para encontrar o “personagem principal” do anúncio na própria comunidade. O escolhido foi Fabrício Gonçalves, à época com 13 anos. O intuito era mostrar a história de um menino fã de futebol e de Free Fire, onde seria revelada uma colagem do jogador Cristiano Ronaldo no topo dos telhados da favela. A campanha da Garena promoveu a reforma das casas que estiveram envolvidas no cenário da colagem, sob responsabilidade de Luan Cardoso, artista que também foi o autor de uma peça do próprio jogador Gabriel Jesus em ação para a Adidas em 2018.<sup>16</sup>

## Procedimentos metodológicos

Nossa pesquisa, de caráter exploratório e qualitativo, lança mão da pesquisa documental e análise de conteúdo. Laurence Bardin (1977) postula que a análise de conteúdo possui quatro fases distintas: pré-análise, codificação, categorização e análise. Na pré-análise, realizamos a escolha dos documentos e a formulação de hipóteses e objetivos. Nosso principal documento de análise é o vídeo publicitário de lançamento da *Operação Chrono* no Brasil. Contudo, também agregamos outros registros documentais para complementar este estudo, como matérias jornalísticas, vídeos publicitários de propagandas de futebol brasileiras e de campanhas com times de *esports*. A lista dos vídeos utilizados se encontram no Quadro 1 a seguir. No total, foram oito vídeos coletados, cuja seleção foi realizada entre os meses de abril e maio de 2021.

Quadro 1 – Lista de vídeos utilizados na análise

<b>Título do documento</b>	<b>Natureza</b>	<b>Link</b>	<b>Data de acesso</b>
Operação Chrono Free Fire - 2020	Vídeo	<a href="https://youtu.be/HXepypT2nLQ">https://youtu.be/HXepypT2nLQ</a>	22/05/2021
Campanha Isso Muda o Game Itaú - 2021	Vídeo	<a href="https://youtu.be/M5ZyTFJjXV4">https://youtu.be/M5ZyTFJjXV4</a>	22/05/2021
Campanha LOUD + Itaú - 2021	Vídeo	<a href="https://youtu.be/-jCNxnZa5BM">https://youtu.be/-jCNxnZa5BM</a>	22/05/2021
Nike Vai na Brasileiragem - 2018	Vídeo	<a href="https://youtu.be/Vm-avsAjrlo">https://youtu.be/Vm-avsAjrlo</a>	22/05/2021
XXL - Sports Unites All - 2016	Vídeo	<a href="https://youtu.be/NvustDmW7bk">https://youtu.be/NvustDmW7bk</a>	22/05/2021
2014 FIFA World Cup™   OFFICIAL TV Opening - 2014	Vídeo	<a href="https://youtu.be/JP67IM1LX-M">https://youtu.be/JP67IM1LX-M</a>	22/05/2021
Willian - Revelação Guaraná - 2014	Vídeo	<a href="https://youtu.be/IRXst1_t7a4">https://youtu.be/IRXst1_t7a4</a>	22/05/2021
Ronaldinho Alegria: Joga Bonito Nike - 2006	Vídeo	<a href="https://youtu.be/l16g_ciA4os">https://youtu.be/l16g_ciA4os</a>	22/05/2021

Fonte – Coleta de dados/Produzido pelos autores

Os vídeos escolhidos se dividem entre campanhas voltadas para os *games*, com as ações da

<sup>16</sup> Disponível em: <https://bit.ly/3gtL2kg>. Acesso em: 22 maio 2021.

*Operação Chrono* (Garena) e do Itaú, intituladas *Isso Muda o Game* e *LOUD+ Itaú é* ; e campanhas publicitárias voltadas para o futebol. Os vídeos do Itaú foram escolhidos por trazerem um contexto de como os anunciantes trabalham as questões de jogo, trabalho e colonialidade. No que diz respeito aos vídeos tematizados com o futebol, optamos por aqueles que fossem representativos no sentido de evidenciar grandes anunciantes (como Nike e Guaraná Antarctica) e abordarem a Copa do Mundo. Consideramos que a relevância de um dos eventos esportivos mais importantes do mundo, juntamente com marcas de renome, forma um critério satisfatório de escolha. Além disso, a narrativa de trabalho de esperança e a existência das favelas como cenário apenas se manifestam na publicidade após os anos 2000. Em Edison Gastaldo (2002a), há a evidência de que não constam tantos traços dessas histórias na publicidade do futebol no período anterior. Dessa maneira, o último critério é a natureza dos assuntos abordados, a estética e os elementos que trouxessem um rastro conectivo com as narrativas dos vídeos publicitários da Garena e do Itaú.

A etapa de codificação proposta por Bardin (1977) compreende o estabelecimento de regras (ou unidades de registro) para o direcionamento do olhar sobre os materiais coletados. Optamos por realizar um recorte por tema, que consiste em descobrir o sentido, e não a forma. Essas unidades são intrínsecas aos vídeos analisados, tendo como base o vídeo promocional da *Operação Chrono*. Ainda na codificação, temos as unidades de contexto. Elas estão diretamente ligadas às unidades de registro, pois servem como unidades de compreensão para os significados das primeiras (BARDIN, 1977). Neste estudo, elas são estabelecidas a partir do referencial teórico e dos dados documentais contextuais. Após a codificação, a terceira etapa é da categorização. Bardin (1977) explica que é uma operação de classificação de elementos que constituem um conjunto. As categorias que elencamos são: (1) trabalho de esperança e precarização, (2) racionalização e universalização, (3) meritocracia e ascensão social pelo jogo e (4) semelhanças com o discurso publicitário do futebol, as quais serão detalhadas na quarta etapa, de análise. Ela diz respeito às interpretações e conclusões sobre o que foi observado. Estas etapas serão detalhadas a seguir.

## A ideologia neoliberal e o trabalho de esperança como operadores do ecossistema de *esports*

Antes de iniciarmos nossa análise, é importante considerar que o trabalho de esperança é normalizado e naturalizado a partir de retóricas oriundas das ideologias neoliberais, e logo só pode ser adequadamente compreendido como um processo ideológico (KUEHN e CORRIGAN, 2013). A análise que oferecemos considera a operação ideológica do trabalho de esperança como central para seu funcionamento e manutenção na economia de trabalho contemporânea. Em particular, identificamos alguns modos gerais pelos quais o trabalho de esperança é operado pela Garena em seu discurso e reforçado por demais atores do ecossistema de *esports*. Ainda que esses modos não sejam exaustivos, eles oferecem um conjunto de ferramentas que acreditamos ser úteis para identificar e explicar a atuação do trabalho de esperança à serviço do poder. O debate aqui se concentra na legitimação ideológica do trabalho de esperança.

Feita esta nota introdutória, é relevante sublinhar que a ideologia neoliberal presente no trabalho de esperança é particularmente profícua ao permitir que os jogadores vejam como a busca por uma carreira é dada como certa, a partir da premissa de que os esforços, enquanto forma de trabalho, serão recompensados pelo mérito individual. Essa ideologia mascara e mantém as relações de poder assimétricas do capitalismo digital. No conjunto dos vídeos, observamos uma categoria recorrente: o discurso de que os jogadores, caso dediquem tempo e esforço gratuito considerável, terão suas contribuições e seus méritos traduzidos em oportunidades de trabalho e futuras carreiras promissoras.

Ao imprimir essa retórica em seu vídeo, a Garena envolve jogadores no que Kuehn e Corrigan (2013) chamaram, como dito, de “trabalho de esperança”: trabalho não remunerado realizado por

exposição ou experiência na esperança de que, no futuro, possa valer a pena. Essa condição de trabalho de esperança não é uma particularidade da indústria dos *games* ou dos trabalhadores digitais, uma vez que é possível rastreá-la em muitas outras relações de trabalho no *devoir* precário, mas é fruto da colonialidade global que viaja pelo mundo – ao menos nas últimas cinco décadas – a partir do projeto neoliberal. As repercussões dessa movimentação são sentidas em todo o globo e em diferentes setores e atividades de trabalho – do estágio não-remunerado ao trabalho voluntário, por exemplo.

Perversa, a retórica do neoliberalismo atualiza discursos que professam que “todo trabalho é digno e honesto”, no intuito de normalizar a informalidade, a precariedade e a exploração em relações laborais, além de desqualificar a organização coletiva de trabalhadores e a luta por condições melhores de trabalho. Como dito, a noção de trabalho de esperança caminha ao lado da ideia de trabalho gratuito. Ambas são normalizadas e naturalizadas pela mesma lógica e valores ideológicos neoliberais: a ideia de que, com sorte, o trabalho precarizado pode vir a garantir estabilidade econômica a longo prazo. O trabalho precário pode, assim, ser entendido como trabalho gratuito e de esperança não compensado ou mal remunerado, realizado por visibilidade e/ou experiência, na esperança de que possa ser ressarcido posteriormente. O argumento encontra eco na acepção de que o trabalho explorado pode ser gratificado com o mérito, com a superação. Esse movimento possui base na racionalidade neoliberal que enfatiza e privilegia o indivíduo em detrimento do coletivo e de conjuntos sociais mais amplos e estruturantes que atravessam a experiência social. Essa lógica individualizante organiza-se para atender a determinados projetos e interesses políticos e econômicos (DARDOT e LAVAL, 2009) e para a manutenção do sistema-mundo moderno/colonial.

Ao transferir a responsabilidade ao indivíduo, menos se percebe e se destaca um conjunto particular de diversas prescrições que constituem e medeiam a vida. A realidade social é muito mais complexa do que esse reducionismo tenta propor e capturar. Uma série de fatores econômicos, sociais, históricos, biológicos, psicológicos, materiais, geográficos etc., determinam e medeiam nossa existência. Esse reducionismo é particularmente oportuno ao evitar a centralidade do problema: as desigualdades históricas entre os indivíduos alimentadas pela lógica da colonialidade no sistema-mundo. É essa racionalidade que torna o neoliberalismo um modelo explicativo, uma ideologia, que distorce a realidade social (DARDOT e LAVAL, 2009). O ofício de *pro-player*, tal como o conhecemos, pertence ao *hall* de uma nova categoria de trabalhadores digitais que é poderosamente instrumentalizada por essa ideologia. O que se promove é um depósito de responsabilidade no indivíduo, e em sua “força de vontade”, como a chave para a resolução de todo e qualquer problema de ordem pessoal, interpessoal, material, subjetiva e psicológica.

Se um jogador deseja desenvolver e sustentar uma perspectiva otimista sobre as oportunidades de trabalho futuras, ele precisará ver o trabalho de esperança como um processo legítimo, ainda que necessariamente incerto em todas as suas aparições. Um modo disso ocorrer é a partir da “racionalização” moderna (THOMPSON, 2009), argumentando que o trabalho baseado em esperança é uma via legítima para garantir um emprego futuro. No vídeo da *Operação Chrono*, a Garena nos oferece talvez a racionalização mais convincente do trabalho de esperança. O vídeo sugere que jogar voluntariamente pode ser uma escolha estratégica para viabilizar a carreira de aspirantes a *pro-players* e *streamers*.

Na peça publicitária, esse argumento encontra repercussão com a presença de *pro-players* e *streamers* de renome que só ascenderam, e cujas carreiras de sucesso se tornaram possíveis, por meio da exposição de suas imagens e do seu esforço (jogar o jogo) em plataformas de serviços de *streaming* por horas a fio. Esse esforço não remunerado é convencionalmente definido como “jogo” (DIBBELL, 2016). No entanto, essa ação em troca de alguma visibilidade não se trata de um esforço qualquer, trivial. Uma quantidade substancial da atividade produtiva – criativa, explorada e precária – desses sujeitos na internet pode ser chamada de trabalho. Indo além, essa forma de esforço de aspirantes a *streamers* e *pro-players* pode ser encarada como trabalho de esperança e trabalho gratuito não remunerado (KUEHN e CORRIGAN,

2013; TERRANOVA, 2000). A literatura sobre as vidas e carreiras de *streamers* e aspirantes a jogadores profissionais de *videogames*, por exemplo, informa que os sujeitos que encaram o jogo como trabalho e profissão (que obtêm ou procuram obter sua principal renda dessa atividade) submetem-se a regimes de esforço e dedicação que, não raro, ultrapassam a carga horária de um trabalhador formal e chegam à casa das 70 ou até 90 horas de trabalho semanais (JOHNSON e WOODCOCK, 2017), mesmo sem qualquer garantia de remuneração.

Trata-se de uma estrutura que depende não apenas do trabalho digital remunerado, precarizado e gratuito, como sugerido por Falcão, Marques e Mussa (2020), mas de um considerável sentimento de esperança. A pesquisa de Mark Johnson e Jamie Woodcock (2017) nos oferece, em certo momento, uma ilustração adequada da presença do trabalho de esperança envolvido na construção de carreiras em plataformas de *streaming* de *games* como a Twitch. Ainda que a esperança seja um tema subdesenvolvido na pesquisa destes autores, ao perceberem a existência de uma subjetividade neoliberal sobressaindo nas entrevistas realizadas com 39 *streamers* de baixa popularidade, “através da qual os *streamers* argumentam que o trabalho árduo, na área, é automaticamente recompensado” (JOHNSON e WOODCOCK, 2017, p. 16), Johnson e Woodcock (2017) apontam para a importância do trabalho de esperança nos termos colocados neste artigo.

As peças publicitárias alimentam o argumento de que o trabalho precário – gratuito e de esperança – criaria oportunidades para adquirir a experiência e a visibilidade que os jogadores precisam para conquistar um trabalho remunerado. Não é raro encontrar campeonatos amadores – e até mesmo oficiais – que ofereçam apenas prêmios dentro dos jogos (em formato de bens virtuais) ou de patrocinadores, em detrimento de premiações em dinheiro. Entre jogadores aspirantes e semiprofissionais na periferia dos *esports*, é comum encontrar relatos que apontam que essas formas de remuneração (experiência e visibilidade) devem ser tidas como as principais prioridades – ainda mais que dinheiro<sup>17</sup> – para jogadores que estão apenas começando (cf. MACEDO, 2018). Trabalhar de graça e com esperança seria o caminho para a ascensão profissional.

A ideia aqui é de que o jogador deve se voltar para alcançar experiência e se tornar conhecido. O resto virá naturalmente, como se fosse feito um investimento de capital de risco que trará algum retorno no futuro. O que se sugere é que jogadores talentosos não encontrarão um emprego desejável (ou estarão menos propensos a encontrar) se não optarem por trabalhar primeiro gratuitamente, em troca de experiência e visibilidade, com o intuito de se posicionar melhor para futuras oportunidades de emprego. Adquirir experiência e exposição pode realmente ser o caminho mais confiável para se alçar a uma carreira no cenário de *esports* hoje. No entanto, isso não denota que esse procedimento de legitimação por racionalização não seja, por si, ideológico (KUEHN e CORRIGAN, 2013). Ao recuperar, para o contexto dos *esports*, o enquadramento dado à profissão de jogador de futebol como trabalho de esperança dentro do escopo de discursos neoliberais de risco e investimento, a Garena nega a incerteza e insegurança fundamental do trabalho de esperança: se esse investimento terá retorno no futuro. Além disso, afasta-se de qualquer responsabilidade para com esses jogadores: o sucesso e o fracasso dependem exclusivamente de cada um.

Ademais, ao expor indiretamente que os jogadores devem se concentrar na conquista de experiência e visibilidade, a Garena sublinha um grau de agência – definidora do sucesso ou do fracasso – por parte do trabalhador de esperança que encobre as assimetrias de poder estruturais – uma dinâmica que é típica das relações envoltas nessa forma de trabalho (KUEHN e CORRIGAN, 2013). Na medida em que o ingresso no cenário profissional está além do controle de cada jogador – o que é perceptível em meio a ausência de regulamentação formal da atividade em muitos países (FALCÃO et al., 2020) –, o conjunto de ações que se deve fazer para obter uma oportunidade de emprego é, na realidade, um preceito imposto

---

<sup>17</sup> Algo similar aparece no vídeo “LOUD + Itaú é □” (sic) com um trecho, aos onze segundos, que diz: “é muito mais do que dinheiro”.

de um ponto de vista externo e que desempenha um papel pelo menos tão importante quanto saber jogar (cf. FALCÃO et al., 2020; MACEDO e FRAGOSO, 2019; MACEDO, 2018).

Uma outra estratégia de legitimação da ideologia nos vídeos é a partir da ideia de universalização – o que nos leva a outra categoria analítica. Uma das ideias mais presentes nos *esports* gira em torno da falácia antiética de que, dentro do jogo, “todos são iguais”. Esse argumento evoca uma ilusão de que as materialidades (neste caso hardwares e softwares) são neutras e, assim, bastaria a cada jogador(a) querer, esforçar-se e treinar o suficiente para alcançar o *status* profissional. Essa “promessa de igualdade”, veiculada desde os primórdios da internet (MACEDO, 2021a), serve oportunamente à ideologia neoliberal e à meritocracia e é, particularmente, eficaz ao *marketing* de baixo custo dos atores envolvidos na monetização dos *esports*. Uma prova disso é que ideias similares a essa são largamente difundidas pelos atores que compõem a indústria dos *esports* em todos os níveis – de *pro-players* a donos de equipes e desenvolvedoras. Na campanha *Isso Muda o Game*, promovida pelo banco Itaú com jogadores da *line up* de FF da equipe LOUD, a celebração do indivíduo aparece tanto na descrição do vídeo – “o sonho de um vira o sonho de uma comunidade inteira” – quanto na fala de um dos jogadores, a partir dos dez segundos: “saímos da quebrada pra representar o Brasil no mundo, viramos ídolos de milhões. *E quem tá chegando agora também pode virar*. Começamos novas carreiras, criamos oportunidades (...) o que era só um joguinho, mudou nossa vida. *E, agora, alimenta o sonho de uma galera*” (grifo nosso).

Thompson (2009, p. 61) argumenta que as relações de dominação são encenadas, ideologicamente, como se fossem “benéficas para todos” e “abertas, em princípio, a qualquer pessoa que tenha capacidade e inclinação para o sucesso com elas”. Como em todos os campos da vida social, os riscos e os danos nos *esports* não são distribuídos simetricamente. Partindo de preceitos meritocráticos do neoliberalismo, os vídeos sugerem que o trabalho de esperança recompensará o melhor e mais trabalhador no futuro. Victor Alexandre de Oliveira, *pro-player* de FF popularmente conhecido como Vitinnn, afirmou algo similar em matéria recente: “não é porque a gente vem da favela, sem um celular bom para jogar, que eles [os jogadores mais novos] não conseguirão chegar onde a gente também chegou. Nós também saímos de lá, então qualquer um pode conseguir”.<sup>18</sup>

A partir deste enquadramento meritocrático, o fracasso e a falta de um retorno do investimento realizado – momentos em que as promessas de investimento e meritocracia perdem seu brilho, quando os esforços dos jogadores parecem não mais valer o sacrifício – pode ser explicado pela falta de habilidades, competências, talento, aptidão ou trabalho árduo de um jogador, ou ainda porque ele não atuou de modo inteligente o suficiente ou pelo tempo necessário no jogo da esperança, sugerem Kuehn e Corrigan (2013). Mais do que um discurso meritocrático que apaga as relações coletivas, a ideologia neoliberal disposta nos vídeos e reproduzida por atores que integram o ecossistema de *esports* isenta as desenvolvedoras e o Estado de qualquer responsabilidade para com os jogadores – seja ele profissional ou não.

A ideologia neoliberal oportunamente ignora e deixa inexploradas as assimetrias de poder da indústria e do ecossistema de *esports*. Essa concentração de poder confere às empresas mantenedoras destes cenários competitivos a governança e o controle sobre as muitas oportunidades de emprego. Essas empresas são atores cruciais que atuam com diferentes novos métodos de governança e controle (FALCÃO et al., 2020), cujas decisões estratégicas afetam de muitas maneiras nas carreiras e no trabalho de inúmeros jogadores – seja no topo, seja na base da pirâmide, com implicações distribuídas de forma muito diferente a cada estrato.

Consistente com esse enquadramento meritocrático, a presença de *pro-players* e *streamers* de renome do cenário de FF – da mesma forma como aparecem jogadores de destaque internacional nas peças publicitárias de futebol –, como Cerol, El Gato, Nobru, Babi, PlayHard, Maellen, God Wins, Coringa e Maumauzk, reforça a ideia de que todos podem alcançar o topo ao interagirem com os jogadores

---

18 Disponível em: <https://bit.ly/3iQd8rw>. Acesso em: 16 jun. 2021.

aspirantes no vídeo. Lucio dos Santos Lima, 28 anos, conhecido popularmente como Cerol, por exemplo, é oriundo de uma área periférica do Rio de Janeiro. Começou a trabalhar aos 11 anos, abandonou o ensino médio e chegou a ser motorista de aplicativo. Sua história é semelhante a de milhões de jovens brasileiros que amargam situações de precariedade e vulnerabilidade, não fosse pelo seu sucesso em FF. Em 2019, Cerol foi eleito o melhor *streamer* brasileiro no Prêmio *eSports* Brasil, marcado pela explosão do jogo da Garena no país. Um dos *pro-players* mais populares de Free Fire no Brasil, considerado o atleta do ano em 2019 pelo Prêmio *eSports* Brasil e o melhor jogador do campeonato mundial do *game* no mesmo ano pela Garena, Bruno “Nobru” Goes, de 19 anos, possui antecedentes semelhantes.

Falcão (2021, p. 15) endereça de maneira adequada essa questão: “há algo como uma ideia de autenticidade, uma fábula de vitória incrivelmente sedutora para as camadas precárias da população”. Aqui uma outra categoria analítica ganha espaço: a ideia de uma dimensão publicitária do jogo como ambiente de ascensão social, de que o jogo digital ofereceria outro caminho para a mobilidade econômica, direcionada especificamente às classes D e C de forma nociva. Não é raro localizar na mídia hegemônica brasileira relatos que sustentam esse argumento.<sup>19</sup> São matérias que celebram o sucesso e ascensão social de jogadores como Cerol, Level Up e Nobru a partir de Free Fire, assim como um novo caminho traçado por inúmeros jovens das periferias do Brasil para sonhar com um futuro melhor. Cada um desses jogadores de sucesso é um exemplo de que é possível desfrutar de trabalho remunerado como resultado de seu trabalho gratuito e de esperança. E, assim, reforçam as assimetrias de poder na indústria e no ecossistema de *esports*.

O trabalho de esperança presumivelmente é ainda mais nocivo e eficaz em contextos de precariedade, onde jogadores não estão equipados com as estruturas de bem-estar familiarizadas no Norte. Isso favorece uma maior longevidade do trabalho baseado em esperança em processos de exploração de mão de obra digital, porque é perseguido como uma chance de ser alçado para fora do *devir* precário, como meio e trilha de superá-lo. As inúmeras reportagens e o discurso publicitário em campanhas e peças na mídia, permeadas da ideologia neoliberal, cumprem um papel essencial para isso na subjetividade dos jogadores. As dinâmicas de racionalização e universalização, descritas anteriormente, são profícuas em impulsionar processos de trabalho de esperança que, em última instância, alimentam o desequilíbrio de poder no capitalismo digital, como reforçam Kuehn e Corrigan (2013).

Se Cerol, Level Up e Nobru podem fazer isso, por que os outros também não poderiam? Essa pirâmide, então, soa escalável aos jogadores, ainda que poucos consigam este feito. O trabalho de esperança, entretanto, está longe de ser um campo de jogo nivelado. Embora cada um deles seja o rosto do mercado e do cenário hoje, sob a camada inferior de *pro-players* e *streamers* se esconde uma legião de aspirantes, fãs, produtores de conteúdo, organizadores de torneios e toda sorte de atores de uma indústria global trabalhando em longas jornadas e recebendo quantias irrisórias ou nenhuma remuneração (FALCÃO; MARQUES; MUSSA, 2020). Um exército de pessoas responsáveis pela progressiva evolução e manutenção econômica e cultural dos produtos midiáticos que se envolvem, garantindo o espalhamento e a propagação de cada um deles (MACEDO, 2021a).

Essa crescente exposição do topo da pirâmide e das carreiras de sucesso de times e jogadores da periferia acaba por gerar um apagamento de um trabalho aspiracional, gratuito e de esperança extremamente precário e compensado de forma desigual, com grande concentração no topo. Essa experiência é particularmente perigosa para jogadores que vivem no Sul Global, porque alimenta uma ideia nociva de ascensão social e mobilidade econômica pelas vias do jogo digital – função que era, antes, exclusivamente assumida pelos esportes no geral, sobretudo o futebol. Esse paralelo é traçado pela Garena no vídeo da *Operação Chrono* tanto pela peça referenciar uma dinâmica social muito similar ao futebol e a inúmeras outras estratégias publicitárias deste esporte, quanto pelo simbolismo do jogo de futebol

---

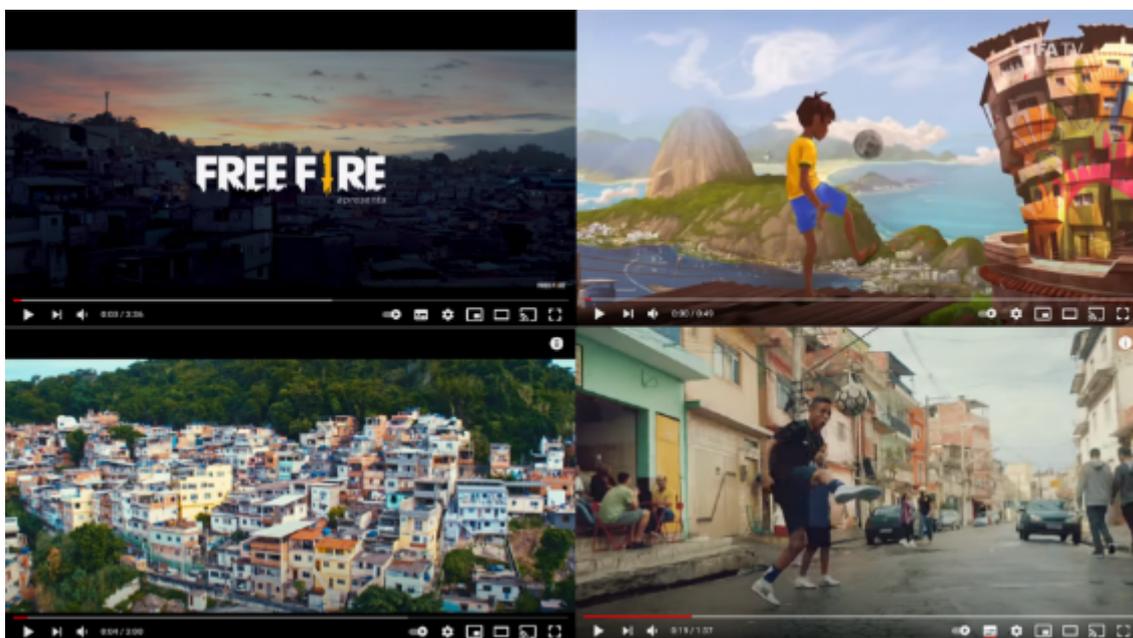
19 Ver exemplos na nota de rodapé 4.

ser interrompido e relegado ao segundo plano em relação à FF. Essa aparente “solução” à “condição” de precariedade (projeto capitalista em sua essência) pelo mérito sustenta os fundamentos do discurso neoliberal. A Garena utiliza a promessa do sucesso como estratégia publicitária e sugere a milhões de jovens, dando-lhes uma fonte improvável de esperança, que eles também podem ser campeões como cada um dos *streamers* e *pro-players* presentes no vídeo. As narrativas midiáticas e o discurso publicitário, imbuídos na ideologia neoliberal, reforçam este argumento.

Um jogador precarizado assumirá que é necessário trabalhar de modo intenso, em larga escala de tempo, para ascender competitivamente sem sequer ser remunerado por isso. Seu acesso assimétrico e desigual a certas materialidades inerentes ao seu ofício dificultará ainda mais sua caminhada rumo à profissionalização e ao status de *pro-player*. Além disso, as plataformas costumam priorizar e conceder um tratamento especial a determinados jogos e produtores de conteúdos em detrimento de outros (FALCÃO; MARQUES; MUSSA, 2020). A lógica interna a estas é sempre beneficiar e favorecer o jogador popular em vez do pequeno *streamer*, que tende a se submeter a um regime de exploração ainda mais intenso. O problema aqui reside na diferença nessas compensações. Grandes *streamers* monetizam seus conteúdos com as plataformas, a partir de publicidades, parcerias, assinaturas de espectadores e patrocínios, enquanto outros são explorados sem quase nada em troca. A relação é desproporcional e assimétrica.

A última categoria que consideramos relevante são as semelhanças com discursos publicitários do futebol. O principal ponto que nos leva a fazer essa ligação é o próprio vídeo da *Operação Chrono*, como trouxemos nesta análise, por replicar retóricas que já encontramos antes em outro esporte que não requer – a princípio – que o jogador tenha grande poder aquisitivo para treinar: o futebol. Oferecemos, assim, algumas comparações com os vídeos publicitários selecionados. A primeira é relacionada a ambientação das propagandas na favela e de pessoas oriundas desses espaços. Na Imagem 1 a seguir (da esquerda para a direita, de cima para baixo), podemos ver as semelhanças dos cenários na *Operação Chrono*, na abertura da Copa do Mundo de 2014, no curta *XXL - Sport Unites All* e na campanha *Vai na Brasileiragem* da Nike.

Imagem 1 – Comparativo dos vídeos publicitários



Fonte – Free Fire - Brasil (2020), FIFATV (2014), XXL All Sports United (2016) e Nike Futebol (2018)

É interessante observar que a favela é o primeiro cenário que aparece destacado nos vídeos,

reforçando a ligação entre o jogo (futebol e Free Fire) e as comunidades. Gastaldo (2002b) apontou em suas pesquisas que, durante o período da Copa do Mundo, atores pretos e a representação da favela aparecem com maior frequência em contraste com outros contextos, nos quais a publicidade favorece pessoas brancas e loiras. Outro ponto importante é a relação com o trabalho de esperança e o futebol. Conforme Simoni Guedes (1982), o esporte promete uma ascensão social e mobilidade econômica a milhões de meninos das comunidades, conferindo o que pode ser definido como “realização de um sonho”, um caminho para a fama e riqueza que não seria atingido pelo trabalho tradicional. Gastaldo (2002b) observa a viabilidade do projeto de ascensão social pelo futebol endossado até mesmo pela mídia, e traz o exemplo de um anúncio institucional apresentado pela Rede Globo na Copa de 1998: “Em um dos sketches, uma ‘mãe’, debruçada sobre um berço com uma bola de futebol, falava para o seu bebê: Papá, bolinha de futebol, neném chuta, faz gol, ganha a Copa, neném fica rico, papai e mamãe também... [olha para a câmara e fala, sorrindo:] Brasileiro nasceu pra isso, né?” (GASTALDO, 2002b, p. 105). Essa representação garante legitimidade e constrói uma dimensão de autenticidade ao que é apresentado no discurso publicitário, seduzindo um público específico.

Tanto na campanha da Garena quanto nas demais analisadas, há um forte apelo da retórica produzida pelo trabalho de esperança. Mais especialmente no vídeo da história do jogador Willian, promovido pela Guaraná Antártica, e na campanha *Joga Bonito* da Nike, que mostra a trajetória de Ronaldinho Gaúcho. Em comum, ambos são jogadores pretos, cuja retórica do anúncio denota que seriam dotados de expressivo talento e teriam sido reconhecidos por suas proezas físicas. Guedes (1998) aponta que, no futebol brasileiro, a diferença entre o trabalho físico e mental opera desde os primórdios, inclusive na máxima difundida de que o jogador pensa com os pés. Há, portanto, uma depreciação do trabalho físico e mental dos jogadores. Já Gastaldo (2002b) aponta que há de fato uma valorização desta parte específica do corpo do jogador nos discursos publicitários – mostra-se muito mais os pés do que os corpos inteiros, como este último é mais rotineiro em uma transmissão de futebol. Na medida que se coloca o sucesso dos jogadores pretos atrelado a uma habilidade puramente física (algo que também se repete nas representações das pessoas pretas na dança e no carnaval), mantém-se o sujeito em uma posição subalterna que reforça a hierarquia étnico-racial global da colonialidade. No vídeo da *Operação Chrono*, podemos ver claramente um foco, logo na primeira cena onde o protagonista aparece, no *smartphone* e em seus dedos, manejando o jogo habilidosamente. Desloca-se o foco e o enquadramento da câmera dos pés para as mãos, mas a lógica hierárquica étnico-racial permanece muito semelhante.

Outro ponto importante é relacionado à construção social do modo brasileiro de jogar futebol, muitas vezes remetendo ao conceito de *malandragem*. Para Antônio Soares (1994), esse conceito é quase um mito constituidor da identidade brasileira, inclusive sendo definido como uma orientação de conduta. O autor denomina como “futebol malandro” quando essa atitude é incorporada ao estilo de jogo dos brasileiros. Nos vídeos analisados, podemos perceber a presença e orgulho desta forma de jogar no Brasil. Na campanha *Vai na Brasileiragem*, da Nike, é possível ver uma montagem de várias pessoas, em diferentes contextos, fazendo jogadas divertidas, lúdicas, transgredindo regras (como jogando em aeroportos, dentro de casa, quebrando lâmpadas com a bola) ao som de uma batida que remete ao funk carioca. O orgulho do brasileiro transparece no final do anúncio, aos um minuto e 13 segundos: há um menino dando instruções ao time (Imagem 2) como se fosse um técnico, seguido de cortes de várias equipes se concentrando para jogar. Uma frase do garoto chama a atenção: “é pra dar a vida. Isso aqui é Brasil. É sem medo. Essa camisa aqui tem história”.

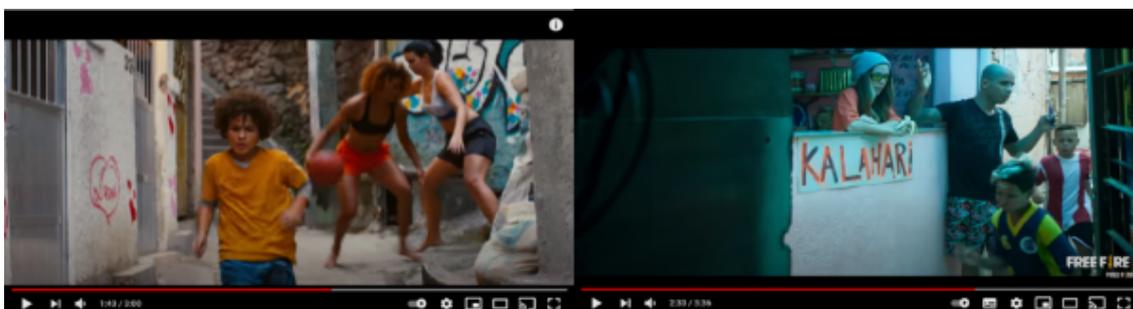
Imagem 2 – Campanha *Vai na Brasileiragem*, produzida pela Nike em 2018



Fonte – Nike Futebol (2018)

A fala do garoto reforça essa ousadia e coragem da criança, que também aparece na campanha do mesmo anunciante, *Joga Bonito*. O narrador fala sobre Ronaldinho Gaúcho enquanto o vídeo mostra uma comparação entre cenas dele jogando quando criança e depois como adulto. O conceito da peça é que quando se é criança não há medo de ousar. No vídeo da *Operação Chrono*, é possível observar esse mesmo enfoque tanto na figura do protagonista, Fabrício Gonçalves, de 13 anos, quanto nos outros participantes do comercial. Há crianças e adolescentes na figuração e aparições de influenciadores e atletas de Free Fire. No vídeo, há uma ênfase na diversão e malandragem, especialmente quando os meninos e meninas correm pelas vielas e becos da favela fazendo travessuras e divertindo as pessoas em volta. Uma sequência muito semelhante pode ser observada no vídeo da XXL Sports Unites All, em que o protagonista corre para devolver uma carteira a um motociclista enquanto a polícia o persegue, pensando que ele seria, de fato, um assaltante. Na Imagem 3 a seguir, podemos ver um comparativo entre as cenas da campanha da XXL e da Garena (da esquerda para a direita):

Imagem 3 – Comparativo XXL e Garena



Fonte – XXL All Sports United (2016) e Free Fire - Brasil (2020)

Ao final do vídeo, o menino encontra o jogador Ronaldinho Gaúcho na praia e entrega a carteira

que ele perdeu, e todos – incluindo os policiais – jogam juntos. A diversão, o espírito de criança e a ousadia também transparecem no vídeo da Garena, ao criarem uma colagem de grandes dimensões do jogador Cristiano Ronaldo e filmar o resultado com um *smartphone* colado com adesivo em uma bola de futebol, gerando a convergência entre o *esport* e o esporte.

## Considerações finais

A autorrealização socialmente reconhecida é uma motivação comum e primária para a produção voluntária de conteúdo online, incluindo *modders* de *videogame* e *youtubers* (KUEHN e CORRIGAN, 2013). Ao deslocarmos a ação para sujeitos que procuram construir uma carreira como *streamers* e *pro-players*, entretanto, estamos falando de um conjunto específico, dentro de uma nova categoria de trabalhadores digitais, que olha para sua produção online com óbvias intenções de retorno financeiro e sustentabilidade econômica. Nesse ínterim, movidos pelo afeto e pelo espírito colaborativo, os jogadores direcionam especificamente suas atividades produtivas (conhecimentos artísticos, técnicos, profissionais, culturais etc.) aos produtos de mídia que se envolvem. Essa base é explorada por relações de trabalho informais e afetivas, aspirações utópicas, percepções de autonomia e liberdade, vontade de compartilhamento e as fronteiras ainda indefinidas e borradas entre tempo livre, lazer e trabalho gratuito e de esperança (FALCÃO et al., 2020; KUEHN e CORRIGAN, 2013; MACEDO, 2021a; MUSSA; FALCÃO; MACEDO, 2020).

Nesse contexto, o trabalho de esperança, assim, desloca-se para a centralidade do debate para servir como um motivador central para o trabalho gratuito online de aspirantes a *streamers* e *pro-players*, com a crença de que suas atividades podem levar a futuras oportunidades de emprego satisfatórias. Essa esperança, ao ser mercantilizada, prolifera as condições estruturais que dão suporte ao capitalismo digital (KUEHN e CORRIGAN, 2013). Até que obtenham notoriedade para converter capital social/cultural/simbólico em capital econômico, uma legião de aspirantes a *streamers* e *pro-players* se submetem a condições precárias de trabalho gratuito e de esperança. Vemos, assim, a procura por reputação, visibilidade e experiência configurada como uma espécie de trabalho de esperança. Nosso argumento, portanto, visou chamar a atenção de que as buscas por oportunidades de emprego a longo prazo também devem ser consideradas na explicação do tempo e energia cedidos voluntariamente por jogadores que aspiram a elite nas carreiras de *streamers* e *pro-players*.

Peças publicitárias como as ilustradas em nosso *corpus* fortalecem a ideia de que bastaria adotar uma “postura positiva”, ousada, que obstáculos seriam superados em um passe de mágica. Essa produção discursiva não é livre de ideologia, como o dissemos. Procuramos transmitir como as articulações publicitárias reproduzem imagens e imaginários coloniais que reforçam a colonialidade do poder, destacando atenção especial às relações de precariedade e exploração decorrentes da ascensão e controle que o *ethos* político e ideológico neoliberal assumiu dos processos sociais relacionados aos fenômenos do trabalho e do jogo. A estratégia publicitária da Garena produz um discurso que incentiva e valoriza a apropriação lucrativa do tempo de lazer – e esperança – de jogadores, a partir da retenção da atenção destes, para a conversão de atividades online prazerosas em forças de trabalho gratuito e de esperança. O intuito é garantir a acumulação de capital diante dos processos de captura exercidos pelo estágio atual do capitalismo contemporâneo (MUSSA; FALCÃO; MACEDO, 2020).

Nosso argumento procurou ilustrar como o cenário de *esports* brasileiro também depende de uma rede de informalidade, precariedade e exploração laboral que envolve personalidades vencedoras, discursos midiáticos e publicitários e espetáculo alimentado por dinâmicas neoliberais de glamourização do trabalho precário, gratuito e de esperança. Além disso, o contexto de precariedade e o modo como imagens e imaginários coloniais viajam pelo mundo pelas formas de jogo, a partir de ações publicitárias ao seu redor, criam condições maduras para a proliferação do trabalho baseado em esperança no capitalismo cognitivo, de vigilância e de plataforma. Por sua vez, o trabalho de esperança contribui, em parte, para o

processo de precarização das dinâmicas contemporâneas de trabalho (KUEHN e CORRIGAN, 2013).

Como consequência, o *esport* e o *game* como caminho para uma política de ostentação e ascensão social produz uma crescente glamourização do trabalho precário como trabalho gratuito e de esperança. É um mecanismo antiético e cruel dizer que qualquer um está a apenas alguns passos de estar entre os melhores *streamers* e *pro-players* de um cenário competitivo. Jogadores ascendem com base em um impacto gigantesco (em seus potenciais) de inúmeras mediações, dimensões e circunstâncias (de classe, gênero, étnico-raciais, que incluem aspectos materiais, culturais, socioeconômicos, históricos, geográficos etc.) que ao menos não dificultam a caminhada rumo ao topo, não por conta de suas próprias decisões, pelos seus “méritos”. É preciso sim muito trabalho para chegar ao topo. A habilidade natural por si só não é e nem nunca foi suficiente, não se sustenta. Ainda assim, é preciso que se assuma mais responsabilidade do impacto que essas outras dimensões da experiência, dos lugares que os corpos dos sujeitos ocupam no mundo e na cadeia colonial (MACEDO, 2021b), têm no todo do que fingir que cada jogador é total e unicamente responsável pelo seu próprio sucesso e fracasso.

Visto como uma lógica importante para a sustentação do capitalismo contemporâneo, o trabalho de esperança também é essencial para a manutenção do cenário de *esports* no Brasil. Ele é produzido por retóricas que criam uma falsa sensação de que qualquer um pode ser um dos melhores se tentar o suficiente, alimenta o sonho de jogadores aspirantes, dá expectativas de um futuro melhor ao se fundamentar nas dimensões ontológicas, afetivas e temporais da esperança, desconsidera a aptidão de inúmeros, subestima os *esports* como um empreendimento competitivo e colonizado pelo capital por excelência e, por fim, alimenta um mito predatório do trabalho gratuito e de esperança que é usado de inspiração para reforçar a hierarquia de poder, a precarização e a exploração da atividade (laboral) de jogadores aspirantes.

## Referências

ALTHUSSER, Louis. **A transformação da filosofia seguido de Marx e Lênin perante Hegel**. São Paulo: Edições Mandacaru, 1989.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **La nouvelle raison du monde: essai sur la société néolibérale**. Paris: La Découverte, 2009.

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.

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

FALCÃO, Thiago; MARQUES, Daniel; MUSSA, Ivan; MACEDO, Tarcízio. At the Edge of Utopia. Esports, Neoliberalism and the Gamer Culture's Descent into Madness. **Journal Gamevironments**, v. 13, n. 2, p. 382-419, 2020.

FALCÃO, Thiago. **Esports in Brazil: Playing Against All Odds**. No prelo, 2021.

2014 FIFA World Cup™ | Official TV Opening. **FIFATV**, YouTube, 12 maio 2014. Disponível em: <https://youtu.be/JP67IM1LX-M>. Acesso em: 22 de maio de 2021.

GASTALDO, Edison. **Pátria, chuteiras e propaganda: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2002a.

GASTALDO, Édison. Negros jogam, brancos torcem: a ritualização das relações raciais na publicidade da

Copa do Mundo. **Ilha Revista de Antropologia**, v. 4, n. 2, p. 99-110, 2002b.

GROSFOGUEL, Ramón. Para descolonizar os estudos de economia política e os estudos pós-coloniais: transmodernidade, pensamento de fronteira e colonialidade global. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, v. 80, n. 1, p. 115-147, 2008.

GUEDES, Simoni. Subúrbio: celeiro de craques. In: DA MATTA, Roberto (Org.). **Universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakothek, 1982. p. 59-74.

GUEDES, Simoni. **O Brasil no Campo de Futebol: estudos antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro**. Rio de Janeiro: Eduff, 1998.

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.

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

MACEDO, Tarcízio. **Like a Pro: Dinâmicas Sociais no e-Sport**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Cultura e Amazônia) – Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2018.

MACEDO, Tarcízio; FALCÃO, Thiago. *E-Sports*, herdeiros de uma tradição. **Intexto**, v. 45, n. 2, p. 246-267, maio/ago. 2019.

MACEDO, Tarcízio; FRAGOSO, Suely. Geografias dos *Esports*: mediações espaciais da prática competitiva na Amazônia. **Logos**, v. 26, n. 2, p. 106-123, 2019.

MACEDO, Tarcízio. O custo da participação: lazer e trabalho gratuito (de fãs) na cultura da conectividade. **Revista Lumina**, v. 15, n. 2, p. 191-211, maio/ago. 2021a.

MACEDO, Tarcízio. Por uma epistemologia do jogar: caminhos e aproximações ao pluralismo metodológico e à ecologia de saberes do jogar. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 44., 2021b, Recife. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2021, p. 1-21.

MIGNOLO, Walter. **Historias locais/disenos globales: colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo**. Madrid: Akal, 2003.

MIGNOLO, Walter. **La idea de América Latina**. La herida colonial y la opción decolonial. Barcelona: Gedisa, 2007.

MIGNOLO, Walter. **The Darker Side of Western Modernity: Global Futures, Decolonial Options**. Durham & London: Duke University Press, 2011.

MURRAY, Soraya. **On video games: The visual politics of race, gender and space**. London: I.B.Tauris, 2018.

MURRAY, Soraya. The Triumphal Procession. **ROMchip: A Journal of Game Histories**, v. 1, n. 1, sem paginação, 2019. Disponível em: <https://romchip.org/index.php/romchip-journal/article/view/77>. Acesso em: 06 set. 2021.

MUSSA, Ivan; FALCÃO, Thiago; MACEDO, Tarcízio. Lazer liminar: colonização do jogo e trabalho do jogador no RappiGames. **ANTARES**, v. 12, n. 28, p. 313-340, 2020.

NIKE Futebol Apresenta: Vai na Brasileiragem. **Nike Futebol**, YouTube, 3 jun. 2018. Disponível em: <https://youtu.be/Vm-avsAjrlo>. Acesso em: 22 de maio de 2021.

OPERAÇÃO Chrono | Free Fire. **Free Fire - Brasil**, YouTube, 24 dez. 2020. Disponível em: <https://youtu.be/HXepypT2nLQ>. Acesso em: 22 de maio de 2021.

- QUIJANO, Aníbal. Colonialidad y modernidad/racionalidade. **Perú Indígena**, v. 12, n. 29, p. 11-20, 1992.
- QUIJANO, Aníbal. Colonialidad del poder y clasificación social. **Journal of World-Systems Research**, v. 6, n. 2, p. 342-38, 2000.
- SHAW, Adrienne. What Is Video Game Culture? Cultural Studies and Game Studies. **Games and Culture**, v. 5, n. 4, p. 403-424, 2010.
- SOARES, Antônio. **Futebol, malandragem e identidade**. Vitória: Secretaria de Produção e Difusão Cultural da UFES, 1994.
- STOPPINO, Mário. Ideologia. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (Orgs.). **Dicionário de Política**. v. 1. Brasília: Editora UnB, 1986. p. 585-597.
- TERRANOVA, Tiziana. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. **Social Text**, v. 18, n. 2, p. 33-58, 2000.
- THOMPSON, John. **Ideology and modern culture**. Stanford: Stanford University Press, 2009.
- VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. New York: Oxford University Press, 2018.
- VAN DIJK, Teun. Ideological Discourse Analysis. **New Courant**, v. 4, n. 1, p. 135-161, 1995.
- WALLERSTEIN, Immanuel. **O sistema mundial moderno**. Volume I: a agricultura capitalista e as origens da economia-mundo europeia no século XVI. Porto: Afrontamentos, 1974.
- XXL - Sport Unites All. **XXL All Sports United**, YouTube, 5 jul. 2016. Disponível em: <https://youtu.be/NvustDmW7bk>. Acesso em: 22 de maio de 2021.
- ŽIŽEK, Slavoj. Introdução: O espectro da ideologia. In: ŽIŽEK, Slavoj (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996, p. 7-38.

---

Tarcízio Macedo é doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre em Comunicação, Cultura e Amazônia pela Universidade Federal do Pará (UFPA), com período sanduíche na UFBA e UNEB. Especialista em Comunicação Científica na Amazônia pelo Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA, UFPA). Membro-fundador da Rede Nacional de Pesquisa em Jogo e Cultura Política (Metagame) e pesquisador vinculado ao Laboratório de Artefatos Digitais (UFRGS), ao InovaCom (UFPA) e ao Consia (UFPA). Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; coleta e seleção dos dados; estruturação do problema de pesquisa e construção da hipótese; desenvolvimento da discussão teórica sobre ideologia e colonialidade e jogo, lazer, trabalho e colonialidade; interpretação dos dados; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito e revisão da versão em língua estrangeira.

Gabriela Kurtz é doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e professora da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Membro da Rede Nacional de Pesquisa em Jogo e Cultura Política (Metagame). Neste artigo, contribuiu com a coleta e seleção dos dados; contextualização do objeto e descrição dos procedimentos metodológicos; interpretação dos dados; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito e revisão da versão em língua estrangeira.