



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

VINÍCIUS AUGUSTO BRESSAN FERREIRA

**Marujos do *hack*:
A pirataria de *videogames* no Brasil**

Florianópolis
Novembro de 2016

Vinícius Augusto Bressan Ferreira

**Marujos do *hack*:
A pirataria de *videogames* no Brasil**

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo, do Centro de Comunicação e Expressão, da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para a aprovação na disciplina Técnicas de Projetos em Comunicação, ministrada pela **Profa. Daiane Bertasso**, no segundo semestre de 2016.
Orientador indicado: Mauro César Silveira
Co-orientadora: Rita de Cássia Romeiro Paulino

Florianópolis
Novembro de 2016

FICHA DO TCC – Trabalho de Conclusão de Curso – JORNALISMO UFSC		
ANO	2017	
ALUNO	Vinícius Augusto Bressan Ferreira	
TÍTULO	Marujos do <i>hack</i> : A pirataria de <i>videogames</i> no Brasil	
ORIENTADOR	Mauro Cesar Silveira	
MÍDIA	<input type="checkbox"/> Impresso	
	<input type="checkbox"/> Rádio	
	<input type="checkbox"/> TV/Vídeo	
	<input type="checkbox"/> Foto	
	<input checked="" type="checkbox"/> Web site	
	<input checked="" type="checkbox"/> Multimídia	
	<input type="checkbox"/> Pesquisa Científica	
	<input type="checkbox"/> Produto Comunicacional	
	<input type="checkbox"/> Produto Institucional (assessoria de imprensa)	
	<input type="checkbox"/> Produto Jornalístico (inteiro)	Local da apuração:
	<input checked="" type="checkbox"/> Reportagem livro-reportagem ()	() Florianópolis (X) Brasil () Santa Catarina () Internacional () Região Sul País: _____
	ÁREAS	Jornalismo; Direito autoral; Pirataria; <i>Videogames</i> .
RESUMO	<p>Este projeto de trabalho de conclusão de curso propõe a elaboração de uma grande reportagem multimídia sobre a produção de videogames que possa ser considerada infração de direitos autorais e, portanto, “pirataria”, no Brasil, utilizando texto e áudios, e possivelmente vídeos e infográficos. Nos últimos 40 anos, os <i>videogames</i> passaram de uma novidade curiosa para a maior indústria de entretenimento do mundo, consumida por milhões de pessoas. As empresas envolvidas nessa indústria, ao lado de outras como gravadoras e estúdios de cinema, têm financiado campanhas para conscientizar os consumidores da importância de respeitar os direitos autorais de quem trabalha para criar esses jogos e movido ações judiciais contra a produção “pirata”. Ao mesmo tempo, parte dos consumidores alega que essas leis de direitos autorais são abusivas, especialmente após a popularização da internet. Enquanto isso, o Brasil, país periférico a essa indústria, em que no início da década passada era mais fácil encontrar jogos “piratas” do que originais à venda, já é apontado como tendo a 4ª maior população de jogadores do mundo. O objetivo principal é estimular o debate sobre a validade das leis de direitos autorais e dos diversos modelos de “pirataria”, observando a história da “pirataria” de <i>games</i> aqui no Brasil ao longo do tempo, os discursos adotados pelos diversos atores envolvidos na questão e os resultados dessas práticas “piratas”.</p>	

EMENTA DO PROJETO

- a. Título do projeto: Marujos do *hack*: A pirataria de *videogames* no Brasil
- b. Natureza do projeto: [MULTIMÍDIA reportagem]
- c. Aluno responsável: Vinícius Augusto Bressan Ferreira
- d. Suporte do projeto: [texto, vídeo, áudio, infográfico]
- e. Instituições envolvidas e equipe:
- f. Semestre programado para realização: 2017.1
- g. Custos e fontes de financiamento:
- h. Indicação do professor-orientador e co-orientadora: Mauro César Silveira e Rita de Cássia Romeiro Paulino

RESUMO

Este projeto de trabalho de conclusão de curso propõe a elaboração de uma grande reportagem multimídia sobre a produção de videogames que possa ser considerada infração de direitos autorais e, portanto, “pirataria”, aqui no Brasil, utilizando texto e áudios, e possivelmente vídeos e infográficos. Nos últimos 40 anos os *videogames* passaram de uma novidade curiosa para a maior indústria de entretenimento do mundo, consumida por milhões de pessoas. As empresas envolvidas nessa indústria, ao lado de outras como gravadoras e estúdios de cinema, têm financiado campanhas para conscientizar os consumidores da importância de respeitar os direitos autorais de quem trabalha para criar esses jogos e movido ações judiciais contra a produção “pirata”. Ao mesmo tempo, parte dos consumidores alega que essas leis de direitos autorais são abusivas, especialmente após a popularização da internet. Enquanto isso o Brasil, país periférico a essa indústria, em que no início da década passada era mais fácil encontrar jogos “piratas” do que originais à venda, já é apontado como tendo a 4ª maior população de jogadores do mundo. O objetivo principal é estimular o debate sobre a validade das leis de direitos autorais e dos diversos modelos de “pirataria”, observando a história da “pirataria” de *games* aqui no Brasil ao longo do tempo, os discursos adotados pelos diversos atores envolvidos na questão e os resultados dessas práticas “piratas”.

Palavras-chave: jornalismo; reportagem multimídia; pirataria; *videogame*; direito autoral.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	07
1.1 Justificativa	08
1.2 Objetivos	09
1.2.1 Objetivo Geral	09
1.2.2 Objetivos Específicos	10
2. DESCRIÇÃO	11
3. DESENVOLVIMENTO	13
4. CRONOGRAMA	15
5. ORÇAMENTO	16
6. FINALIDADES	17
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	19
8. BIBLIOGRAFIA	21

1. INTRODUÇÃO

É difícil encontrar pesquisas sobre o número de jogadores de *videogame* em países periféricos como o Brasil, e as poucas que circulam pela internet não chegam a um consenso, com números que variam de trinta e tantos a noventa milhões. Mesmo levando em conta as estimativas mais modestas, esse número coloca nosso país entre as maiores “populações *gamers*” do planeta, próximo a referências da área, como Reino Unido e Alemanha. Apesar disso, o dinheiro *per capita* movimentado por brasileiros e britânicos é muito distinto, com os jogadores locais gastando uma média de US\$44 por ano com *videogames* contra US\$160 dos saxões. A *Entertainment Software Association* (associação que reúne empresas de *videogames* como Nintendo, Microsoft e Sony Interactive) divulgou, em 2011, uma estimativa de que o Brasil estava entre os quatro países com mais compartilhamentos ilegais de jogos de *videogame* através de redes como as utilizadas por arquivos .torrent.¹ Já em 2013, o Fórum Nacional Contra a Pirataria e Ilegalidade divulgou uma estimativa de que 82% dos jogos de *videogame* vendidos no Brasil eram piratas. Desde que comecei a acompanhar mais profundamente o cenário da mídia especializada em *games*, tenho me deparado com um poderoso discurso de combate à pirataria, como citado por Messias (2015, p. 155):

Reforça-se o discurso da ilegalidade – de se estar sendo cúmplice de um crime –, ou mesmo o do fim (ou escassez) das produções originais em decorrência do suposto alto prejuízo dos grandes conglomerados de mídia responsáveis por boa parte do mercado audiovisual, fonográfico, editorial etc. Veiculados nos intervalos comerciais da programação televisiva ou mesmo antes da exibição dos filmes no cinema, vídeos trabalham a questão do empenho dos artistas e demais funcionários empregados na produção de uma obra (de ordem imaterial), assim como o reflexo da pirataria na remuneração dos mesmos.

Ainda que esse não seja um assunto abordado com frequência, um tabu, segundo as palavras do diretor e roteirista Pedro Falcão em entrevista para o site omelete.uol.com.br. “Acredito que o tabu existe porque surgiu uma visão de que a situação do nosso mercado nacional de *games* só era precária por conta da pirataria”. A questão normalmente é retratada pelos profissionais de comunicação como uma prática irresponsável e antiética, algo que me causava certo mal-estar, já que a maioria dos *videogames* que eu havia consumido durante a vida eram piratas. Eu já estava familiarizado com os argumentos contrários à pirataria, mas percebia que quase todos os jogadores do meu círculo social a praticavam de alguma forma, o

¹Formato de arquivo que contém “mapas” de outros arquivos. Com esses “mapas” é possível que dois computadores conectados pela internet troquem arquivos, através das redes peer-to-peer (P2P)

que a fazia parecer parte vital da “cultura *gamer*” para mim. Na universidade, a questão adquiriu outra dimensão quando comecei a ler sobre iniciativas que questionavam a legitimidade das leis de direitos autorais, como Copyleft, Creative Commons e os diversos Partidos Piratas ao redor do mundo, assim como sobre o surgimento do mercado brasileiro de *videogames* através de empresas como a Taito do Brasil que operavam à margem da lei.

1.1. Justificativa

Os números apresentados em minha introdução indicam que 82% dos jogos de *videogame* vendidos no Brasil eram piratas e que o Brasil era um dos quatro que mais compartilhava jogos de *videogame* ilegalmente. Esses dados não conseguem dimensionar a totalidade do universo dos *videogames* do país, mas servem de indicadores para uma sensação que eu, consumidor desde o final dos anos 90, compartilho com a maioria dos *gamers* que conheço: de que a pirataria é regra (ou pelo menos era) e não exceção no mundo dos *videogames*. A maior parte dos jogadores com quem convivo já consumiu algo que pode ser enquadrado na categoria “pirataria de *videogames*”, seja comprando um CD copiado de outro, adquirindo um aparelho de *videogame* fabricado através de engenharia reversa não autorizada, ou jogando um *game* online em um servidor criado por outros fãs. Mais do que isso, a maioria deles, assim como eu, teve suas experiências como jogador profundamente moldadas por esses conteúdos piratas, ao ponto de terem dúvidas sobre se seriam consumidores de *videogames* hoje sem a pirataria que consumiram anteriormente – mesmo que muitos deles não adquiram ou, pelo menos, evitem produtos piratas atualmente.

Essa vivência pessoal não me permite tirar conclusões sobre o impacto geral da pirataria para todos os *gamers* que vivem no Brasil, mas aliada a números como os registrados anteriormente, me leva a acreditar que a situação que compartilho com os que povoam meu convívio social atinge uma parcela significativa dos jogadores de *videogame* do país. Um exemplo disso é a fala do jornalista Pablo Miyazawa no segundo episódio da websérie *Paralelos*: “Ninguém achava que estava fazendo nada errado [ao consumir *videogames* piratas], e a gente não estava mesmo, era o mercado que a gente tinha, e graças a ele a gente está aqui hoje”.

Não ignoro que o Brasil tenha uma população significativa com alto poder aquisitivo, por exemplo, os 22% dos brasileiros que estavam nas classes A/B, segundo dados de 2012 do Portal Brasil do Governo Federal. Também tenho consciência de que a população mais abastada poderia ser menos atraída pela vantagem do menor preço, normalmente apresentado

pelos produtos piratas (posteriormente veremos que essa não é a única vantagem que um produto pirata pode oferecer) e que a própria estrutura de consumo dos *videogames* tende a excluir pessoas financeiramente vulneráveis, vide dados de 2012 do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) que estimam apenas 5% dos jogadores brasileiros entre as classes D/E. Apesar disso, a mesma pesquisa, que considera um universo de 69,5 milhões de *gamers*, indica que 45,2% dessas pessoas pertenciam à classe C, um grupo para o qual os valores de um equipamento eletrônico (console de videogame, computador pessoal ou *smartphone*) moderno ainda representam uma parte substancial da renda. No terceiro episódio da websérie *Paralelos*, a jornalista Flávia Gasi reflete sobre essa questão da renda:

É claro que se você está pensando em classe média, tudo bem você comprar um jogo por mês?! Mas essa não é a maior parte do Brasil, né?! A classe média. Então quando a gente está falando de o povo brasileiro ser um povo que têm acesso a esse tipo de cultura, é via pirataria, muito provavelmente até hoje. (FALCÃO e HADDAD, 2016c, 1 min)

Defendo a relevância social do meu projeto com base em alguns fatores, sendo o primeiro deles a importância da indústria de *videogames*, um campo econômico que deve movimentar, em 2016, 99,6 bilhões de dólares, e que, em 2014, contava com 1,8 bilhão de consumidores, segundo dados da Newzoo, companhia de consultoria que realiza levantamentos sobre o mercado de *videogames*. Outro fator é o impacto de uma discussão acerca da validade das leis de direitos autorais, tendo em vista que elas afetam toda a produção intelectual, incluindo também a música, a literatura, o jornalismo e a produção acadêmica. Por fim, existe a importância de tentar enxergar a relevância das práticas piratas em um país periférico em relação à produção de *videogames*, onde a renda média da população é menor que a dos países centralizadores dessa produção (Estados Unidos e Japão, principalmente), a maior parte dos produtos precisa ser importada, e não existe legislação específica para a incidência de impostos, sendo alguns produtos colocados na mesma categoria de impostos dos jogos de azar.

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo Geral

Estimular uma discussão mais ampla sobre os problemas e a legitimidade da legislação de direitos autorais no que se refere à produção de videogames, também conhecidos como *videogames*, piratas no Brasil.

1.1.2. Objetivos Específicos

Descrever os diversos cenários enquadrados como infração da propriedade autoral de empresas da indústria de *videogames* e existentes no Brasil.

Apresentar os argumentos contrários e favoráveis à configuração atual de direitos de autoria na indústria de *videogames*.

Dimensionar a relevância da pirataria no mercado brasileiro de *videogames*.

2. DESCRIÇÃO

Pretendo utilizar como fonte alguns documentários sobre aspectos da pirataria como *TPB AFK: The Pirate Bay Away From Keyboard*, *Good Copy Bad Copy*, *Steal This Film Part I* e *Steal This Film Part II*, além da websérie *Paralelos* que trata especificamente das origens legalmente duvidosas do mercado brasileiro de *games*. Entre os textos escritos que tenho utilizado como materiais de consulta para construir o projeto estão o livro *The Pirate's Dilemma* e os artigos *Pirataria na Música Digital: Internet, direito autoral e novas práticas de consumo*, *Notas sobre a pirataria de games no Brasil: inclusão (digital) dos pobres e resistência*, *Metaphors and Norms - Understanding Copyright Law in a Digital Society* e *Jogo Justo: O Materialismo e a Responsabilidade Social do Consumidor no Consumo de Videogames Piratas*.

O trabalho de conclusão de curso se propõe a apresentar os principais pontos de vista e discursos dos atores envolvidos no cenário da pirataria de *videogame*, não apenas os que a praticam e consomem como também os que a combatem. A intenção é estimular uma discussão mais bem informada sobre um tema polêmico e que envolve diretamente a definição do que é direito do indivíduo e o que é direito da coletividade.

O projeto experimental vai consistir de uma grande reportagem multimídia (GRM) construída sobre uma plataforma, possivelmente o Readymag, que permita o acesso online por navegadores através de um endereço de *link*. Existem diversas razões para a escolha da grande reportagem com recursos multimídia como formato para o trabalho, e elas estão vinculadas às características da grande reportagem multimídia descritas por Longhi (2015), como multimidialidade, uso de *hiperlinks* e conteúdo pensado para a *web*.

A disponibilização deste produto na internet é uma prioridade, tanto profissionalmente, pela divulgação do meu trabalho; quanto social e academicamente, pelo caráter de interesse que defendo existir nesse tema. Levando isso em conta, a GRM surge como uma opção adequada por ser algo necessariamente pensado para a *web*, e não uma adaptação de um formato originado no papel ou no vídeo. O uso de *hiperlinks* – ou hipertextualidade – também é um fator importante, pois acredito na utilidade de uma leitura continuada, em que os conteúdos linkados oferecem a oportunidade de ampliar a informação do consumidor sobre aquele tema, ou outros temas relacionados, o que Xavier (2005) trata como “ampliar ilimitadamente o sistema de relações referenciais do leitor pelo acesso a vários *hiperlinks*”, acrescentando que “o hipertexto torna-o potencial cidadão do mundo”.

A multimídia, por sua vez, ocupa um papel essencial na tentativa de atingir um público diversificado, e não apenas o público que consome *videogames*. Enquanto os *gamers* provavelmente conhecem boa parte dos jogos que serão citados durante o trabalho – ou pelo menos podem ter uma noção básica de como aquele videogame é – explicar o mesmo a uma pessoa “leiga” exigiria um longo relato, que provavelmente se tornaria desinteressante e ainda assim poderia não ser eficiente em fazer o público entender o funcionamento do *game*. Isso porque boa parte dos termos utilizados entre quem se interessa por *videogames* pode não ser explicativo para o público em geral, seja pela inevidente relação entre o termo e o conceito que ele representa, como ao dizer que um jogo é de “estratégia em tempo real” ou de “plataforma”; ou pelo uso de estrangeirismos de difícil adaptação, como “RPG” e “rogue-like”. Além disso, o público não-*gamer* também poderia ter dificuldades por possuir uma bagagem menor referente a própria existência dos jogos, o que dificultaria comparações. Por exemplo, ao me referir a um *game* menos conhecido pelos jogadores, posso compará-lo a algum de maior notoriedade. Isso é menos eficiente se me dirigir ao público em geral, tendo em vista que parte dele também não iria conhecer os *videogames* mais famosos. Ao usar um formato multimídia, os recursos audiovisuais oferecem saídas bem mais simples e “amigáveis” para auxiliar na compreensão do público, já que um vídeo de alguns segundos pode retratar uma gama variada de elementos presentes em um *videogame* que teriam de ser descritos em várias linhas e, ainda assim, a descrição textual seria mais inexata e desprovida de uma série de aspectos.

O conteúdo será dividido em temas, com cada um dos temas ocupando um capítulo da reportagem. A tela inicial do projeto apresentará um índice com *links* que levarão para cada um dos capítulos, e a rolagem horizontal poderá ser usada para navegar de um capítulo para o outro. Para navegar pelo conteúdo de um mesmo capítulo será utilizada a rolagem vertical. O projeto será construído com um computador pessoal e terá essa ferramenta como referencial principal de leitura, mas será dada preferência à plataforma que tenha boa responsividade. O objetivo é permitir que a qualidade da experiência seja mantida para quem acessar o conteúdo através de celular ou *tablet*.

O texto será utilizado como mídia principal para a reportagem, com as outras mídias sendo empregadas como informações complementares ao tema que o texto estiver abordando no trecho em que aquela mídia estiver inserida. Os áudios serão trechos de falas de entrevistados que eu julgue relevantes, e trechos de trilhas musicais que eu julgue adequados de associar às informações trazidas visualmente. Os vídeos apresentarão trechos audiovisuais que demonstram como são os jogos de *videogame* citados no trabalho, permitindo que leitores

não familiarizados com essas produções criem uma memória sensorial das mesmas. Os infográficos serão usados para condensar e tornar palatáveis dados apresentados pelo trabalho que poderiam se tornar maçantes se colocados em texto.

3. DESENVOLVIMENTO

O único responsável pela produção do projeto experimental serei eu, Vinícius Augusto Bressan Ferreira, graduando do Curso de Bacharel em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. A previsão é de que não haja necessidade de emprestar equipamento dos laboratórios da Universidade, tendo em vista que a única captação de material que pretendo realizar é a de áudio, coisa que posso fazer com o recurso de gravação de áudio de meu próprio telefone celular. A única utilização prevista de laboratório é para a gravação de possíveis entrevistas por telefone através do equipamento de chave híbrida do Laboratório de Rádio. Diversas pessoas que pretendo entrevistar não residem na região de Florianópolis, estando a maioria dessas fontes testemunhais distribuídas entre as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, o que torna provável que a entrevista à distância tenha de ser utilizada, ainda que não seja a solução ideal. Tenho a intenção de realizar pelo menos uma viagem a São Paulo, com as despesas custeadas de forma privada, mas talvez o período dessa viagem não seja suficiente para realizar todas as entrevistas pretendidas, e o custeio de uma viagem ao Rio de Janeiro é improvável, ainda que seja o ideal almejado.

No momento, já estão sendo realizados contatos com fontes testemunhais que pretendo entrevistar. Também estou entrando em contato com outros indivíduos que acredito poderem me ajudar a contatar as fontes mais adequadas, tanto em casos em que não tenho o contato do potencial entrevistado, quanto em casos em que não tenho certeza de quem é a fonte mais indicada para o assunto abordado. Até dezembro de 2016, também pretendo testar as funcionalidades de plataformas que acredito terem potencial para atender as necessidades do projeto, como o Readymag, a versão 2015 do Adobe Indesign Creative Cloud e o Medium. Em dezembro de 2016, pretendo definir a plataforma utilizada e já ter uma ideia geral do aspecto visual que o projeto deve ter, tendo em vista minha intenção de criar uma identidade leve que ajude o tema denso e controverso a não se apresentar como algo pouco palatável ao público em geral, afinal a ideia não é restringir o conhecimento sobre o tema a um grupo restrito de “entendedores”.

Durante o final do mês de dezembro de 2016 e os meses de janeiro, fevereiro e março de 2017, período das minhas férias da Universidade, pretendo realizar as entrevistas (ainda

preciso me organizar em relação ao calendário do Departamento de Jornalismo da UFSC, para saber em que parte desse tempo o Laboratório de Rádio estará funcionando), sendo todas elas gravadas em áudio, salvo casos em que o entrevistado se recuse terminantemente a gravar. Paralelamente, também pretendo editar os áudios com os programas Sony Vegas e Sony Soundforge, e escrever as versões iniciais do texto nesse período. Entre abril, maio, junho e julho pretendo editar a disposição visual da reportagem na plataforma, com previsão de finalização do texto no início de maio, para começar a inserir os conteúdos multimídia posteriormente. Entre o final de maio, junho e o início de julho será feita paralelamente a edição de vídeos e dos infográficos, além do contato com os proprietários dos mesmos, para conseguir as autorizações necessárias, tendo em vista que as imagens serão obtidas de outros vídeos ou da gravação de imagens de jogos de *videogame*.

5. ORÇAMENTO

- R\$ 240 Uma passagem de ônibus Florianópolis-Jundiaí e uma Jundiaí-Florianópolis
- R\$ 70 Passagens de trens e ônibus circulares em Jundiaí e São Paulo
- R\$ 180 Alimentação
- R\$ 250 Um HD externo de 1 TB
- R\$ 260 Cinco meses de assinatura do plano Creator do Readymag

TOTAL: R\$ 1000

6. FINALIDADES

A produção desse trabalho de conclusão de curso vai me ajudar a aperfeiçoar minhas habilidades de edição de materiais de áudio e vídeo, especialmente de vídeo, já que minha experiência durante a graduação esteve voltada, majoritariamente, para o rádio. Também terei a oportunidade de trabalhar a criação de infográficos, atividade pouco explorada pelas disciplinas do curso de graduação em Jornalismo da UFSC, aliada ao aperfeiçoamento de um texto que não pretende se inserir na categoria de Jornalismo Literário, mas se propõe a utilizar técnicas “literárias” na intenção de manter o texto atraente e acessível ao público que não está familiarizado com o tema.

Esse projeto também representa o auge de um processo de crescimento como pessoa e estudante de jornalismo, em que as aulas do curso universitário me ajudaram a problematizar e a ter um olhar crítico sobre as realidades que observo e os discursos que ouço, incluindo aí os discursos dos próprios professores e outros membros da academia. Aliados à curiosidade, foram os questionamentos que me levaram à familiarização com iniciativas que contestam a validade da atual configuração dos direitos autorais, culminando no presente trabalho. Outro aspecto importante desse projeto é o de passar meses envolvido com um tema ao qual tenho diversos posicionamentos definidos, sem prejudicar a apresentação dos pontos de vista contrários ao meu. Pois meu objetivo é criar um conteúdo que estimule o debate sobre as questões apresentadas, ao invés de um material que tente convencer o público a concordar com meus posicionamentos. Não porque eu acredite em um jornalismo objetivo e imparcial, mas porque creio que as respostas para as questões socialmente complexas que o tema suscita não podem ser elucidadas em uma reportagem, carecendo de muita reflexão para alcançar conclusões concretas.

Outra finalidade que tento atender com essa reportagem é a de somar esforços para tirar o assunto abordado da condição de relativa “invisibilidade” em que ele existe perante a mídia especializada em *videogames* do país. Não porque os profissionais que nela trabalham a desconheçam, mas pelo fato de ser um assunto polêmico, com possibilidade de gerar mal-estar com outros agentes dessa indústria do entretenimento, como empresas distribuidoras (Sony e Microsoft, por exemplo) e profissionais do desenvolvimento de jogos. Relativo a esse aspecto, gostaria de registrar o lançamento da websérie *Paralelos*, publicada no site www.redbull.com em 9 de novembro de 2016, produto pioneiro ao tratar diretamente da relação entre a pirataria e a popularização dos *videogames* no Brasil – como citado por um dos diretores da série, Hugo Haddad, em entrevista para o Omelete (omelete.uol.com.br).

Uma iniciativa como essa, não apenas pela própria existência, mas pela boa recepção que encontrou em portais da área de *games*, me leva a crer que talvez esse seja um bom momento para tratar do assunto.

Por fim, também existe a finalidade de buscar a prática de um jornalismo de *videogames* distinto daquele voltado para o jogador como consumidor, focado na avaliação de como são os jogos e demais produtos e serviços lançados pela indústria, que costuma ser predominante no Brasil. Ao entrar nos principais sites de notícias da área, como IGN Brasil, Omelete e Adrenaline, encontram-se títulos como “*A linha do tempo de FFXV em 15 fatos: Jogo chega às lojas essa semana*”, “*Review: Pokémon Sun & Moon – Maior, melhor e mais praieira. Confira a nossa análise da mais diferente de todas as gerações da franquia*” e “*1 ano de Xbox 360 no Xbox One: mais de 280 games retrocompatíveis*”. O objetivo de diferenciar meu produto desse tipo de material não é uma crítica a esses conteúdos voltados à prestação de serviços para o público – acredito que eles cumpram um papel válido e necessário – mas também acho importante desenvolver produtos jornalísticos que abordem questões mais amplas, observando aspectos culturais e econômicos do “universo dos videogames” e a maneira como afetam a sociedade em que estão inseridos (isso não significa que os sites citados anteriormente não tenham também iniciativas nesse sentido sociocultural, vide o texto *Ser gamer é incrível, a menos que você seja menina: aí é um porre* do adrenaline.uol.com.br).

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, Theo. **De cada 100 jogos vendidos no Brasil, 82 são piratas, diz estudo.** 2013. Disponível em: <<http://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2013/12/18/de-cada-100-jogos-vendidos-no-brasil-82-sao-piratas-diz-estudo.htm>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

BRASIL, Portal. **Classe C já é maioria da população do País.** 2012. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/03/classe-c-passou-a-ser-maioria-da-populacao-brasileira-em-2011>>. Acesso em: 9 out. 2016.

CANCELIER, Mariela. **Ser gamer é incrível, a menos que você seja menina: aí é um porre.** 2016. Disponível em: <<http://adrenaline.uol.com.br/2016/10/24/45849/ser-gamer-e-incriveis-a-menos-que-voce-seja-menina-ai-e-um-porre/>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

DINIZ, André. **NÃO É (MAIS) MAIS DO MESMO.** 2016. Disponível em: <<http://br.ign.com/pokemon-sun-and-moon/42664/review/review-pokemon-sun-moon>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

ENTERTAINMENT SOFTWARE ASSOCIATION. **ESA 2011 Annual Report.** Washington: Entertainment Software Association, 2012. 34 p. Disponível em: <http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2014/10/ESA_2011_Annual_Report.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2016.

FALCÃO, Pedro e HADDAD, Hugo. **Paralelos: Episódio 2 – Consoles e jogos nacionais.** 2016b. 7 min.

FALCÃO, Pedro e HADDAD, Hugo. **Paralelos: Episódio 3 – Modificações e o começo do eSports.** 2016c. 6 min.

IBOPE INTELIGÊNCIA (Brasil). **Conheça as principais características de quem joga videogame no Brasil.** 2012. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Conheca-as-caracteristicas-de-quem-joga-videogame-no-Brasil.aspx>>. Acesso em: 9 out. 2016.

JACOBS, Guilherme. **Documentário Paralelos mostra como a pirataria foi fundamental para os games no Brasil:** Red Bull lança websérie que destaca como o mercado cinza ajudou o Brasil no mundo dos jogos. 2016. Disponível em: <<https://omelete.uol.com.br/games/artigo/documentario-paralelos-mostra-como-a-pirataria-foi-fundamental-para-os-games-no-brasil/>>. Acesso em: 27 nov. 2016.

LONGEN, Andrei. **1 ano de Xbox 360 no Xbox One:** confira mais de 280 games retrocompatíveis [+update]. 2016. Disponível em: <<http://adrenaline.uol.com.br/2016/11/22/46865/1-ano-de-xbox-360-no-xbox-one-confira-mais-de-280-games-retrocompativeis-update/>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

LONGHI, Raquel Ritter. **A grande reportagem multimídia como gênero expressivo no ciberjornalismo**. Florianópolis, 2015. Disponível em: <<http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor6/files/2015/03/LONGHICIBERJOR.pdf>> Acesso em: 09 out. 2016.

MESSIAS, José Carlos. Notas sobre a pirataria de games no Brasil: inclusão (digital) dos pobres e resistência. **Intexto**, Porto Alegre, v. 33, p.154-173, maio 2015. Quadrimestral. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/47082>>. Acesso em: 09 out. 2016.

NEWZOO. **THE GLOBAL GAMES MARKET REACHES \$99.6 BILLION IN 2016, MOBILE GENERATING 37%**. 2016. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-99-6-billion-2016-mobile-generating-37/>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

SILVA, Bruno. **Final Fantasy XV | Os dez anos de desenvolvimento do game em 15 fatos**: A linha do tempo de FFXV, do anúncio em 2006 ao lançamento. 2016. Disponível em: <<https://omelete.uol.com.br/games/lista/final-fantasy-xv-os-dez-anos-de-desenvolvimento-do-game-em-15-fatos/>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

XAVIER, Antônio Carlos. Leitura, texto e hipertexto. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos. **Hipertexto e gêneros digitais**: Novas formas de construção de sentido. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p. 170-180. Disponível em: <[http://tpleitura.pbworks.com/w/file/65870720/Xavier - Leitura texto e hipertexto.pdf](http://tpleitura.pbworks.com/w/file/65870720/Xavier_-_Leitura_texto_e_hipertexto.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

8. BIBLIOGRAFIA

CANAVILHAS, João Messias. Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. In: BARBOSA, Suzana (Org.). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Livros Labcom, 2007. Cap. 1. p. 26-40. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2016.

CASTRO, Gisela G. S. Pirataria na Música Digital: Internet, direito autoral e novas práticas de consumo. **Unirevista**, São Leopoldo, v. 1, n. 3, p.1-11, jul. 2006. Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/pirataria-na-musica-digital-internet-direito-autoral-e-novas-praticas-de-consumo>>. Acesso em: 9 out. 2016.

FRANCO, José Carlos Messias Santos. As redes sociotécnicas da comunidade *gamer*: habilidades cognitivas, capitalismo cognitivo e pirataria no Orkut. In: INTI INTERNATIONAL CONFERENCE, 11., 2012, La Plata. Anais. Disponível em: <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00974860/document>>. Acesso em: 9 out. 2016.

LARSSON, Stefan. **Metaphors and Norms: Understanding Copyright Law in a Digital Society**. 2011. 265 f. Tese (Doutorado) - Curso de Rättssociologiska (em Tradução Livre, Sociologia do Direito), Rättssociologiska Institutionen, Lunds Universitet, Lund, 2011. Disponível em: <<http://portal.research.lu.se/portal/files/3961818/2158125.pdf>>. Acesso em: 9 out. 2016.

LEITE, Anderson Ramom do Amaral. **Jogo Justo: o Materialismo e a Responsabilidade Social do Consumidor no Consumo de Videogames Piratas**. 2012. 138 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2012. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/9705622-Jogo-justo-o-materialismo-e-a-responsabilidade-social-do-consumidor-no-consumo-de-videogames-piratas.html>>. Acesso em: 9 out. 2016.