

**Matheus Pereira**

Universidade Federal do Rio  
de Janeiro – UFRJ

E-mail:

matheusdasilva87@gmail.com

**Leandro Carmelini**

Universidade Estadual do  
Rio de Janeiro – UERJ

E-mail: lcarmelini@gmail.com



Este trabalho está licenciado sob  
uma licença [Creative Commons  
Attribution 4.0 International  
License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Copyright (©):**

Aos autores pertence o direito  
exclusivo de utilização ou  
reprodução

ISSN: 2175-8689

***Super Marx World:  
Games e cultura de massa******Super Marx World:  
Games and mass culture******Super Marx World:  
Juegos y cultura de masas***

Pereira, M., & Carmelini, L. Super Marx World: Games e cultura  
de massa. Revista Eco-Pós, 26(2), 595–606.  
<https://doi.org/10.29146/eco-ps.v26i2.28157>

## RESUMO

*Marx no fliperama* tenta aplicar o pensamento de Karl Marx à história dos games. Jamie Woodcock apresenta uma genealogia dos jogos eletrônicos desde de suas origens até os dias de hoje, destacando o contexto de seu desenvolvimento e financiamento, além de seu impacto social e econômico.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Games; Trabalho; Mais-valia; Capitalismo; Cultura hacker.*

## ABSTRACT

*Marx at the arcade consoles* tries to apply Karl Marx's thinking to the history of the games. Jamie Woodcock presents the genealogy of electronic games from their origins to the present day, highlighting the context of their development and funding, as well as their social and economic impact.

**KEYWORDS:** *Games; Work; Surplus value; Capitalism; Hacker culture.*

## RESUMEN

*Marx at the arcade consoles* intenta aplicar el pensamiento de Karl Marx a la historia de los juegos. Jamie Woodcock presenta una genealogía de los juegos electrónicos desde sus orígenes hasta la actualidad, destacando el contexto de su desarrollo y financiación, así como su impacto social y económico.

**PALABRAS CLAVE:** *Juegos; Trabajo; Plusvalía; Capitalismo; Cultura hacker.*

Submetido em 12 de julho de 2023

Aceito em 25 de outubro de 2023

## I

Em *Marx no fliperama*, Jamie Woodcock (2020) utiliza-se das ferramentas conceituais de Karl Marx para pensar os videogames como cultura de massa. Referencia-se no que Raymond Williams fez em *Television* (1974) e se esforça para dar aos jogos eletrônicos uma perspectiva ampla: como tecnologia, trabalho, força do capitalismo e forma de brincar (Woodcock, 2020, p. 179). Nas 259 páginas que compõem a edição, encontramos robusta investigação materialista da história dos jogos eletrônicos, conceituações rigorosas, além de reflexões acerca da saúde mental dos trabalhadores nos estúdios, nas fábricas e fora delas; relações de gênero; alterações do regime trabalhista etc. Como linha transversal, que cruza a obra dando-lhe uma atmosfera

própria, nota-se o testemunho de um amante dos games, cheio de histórias, memórias e curiosidades.

*Marx no fliperama* foi publicado no Brasil em 2020, pela editora Autonomia Literária, e está em continuidade com as outras publicações do autor: *Economia GIG: uma abordagem crítica* (Senac-SP, 2022) e *Working the Phones* (Pluto, 2017). Woodcock é pesquisador e professor da Open University.

## II

Os jogos eletrônicos surgem nos anos 1950, em locais e contextos variados: bases militares, laboratórios e em momentos de descontração em salas de universidades. Só mais tarde se generalizam pelo mundo como um hábito. O livro evidencia esse modo de desenvolvimento: jogos de simulação em poucos *bits* que, ao longo das décadas, resultam em dispositivos de imersão completa; passatempos que se proliferam pelo mundo e inauguram uma indústria gigantesca que fatura quantias exorbitantes e agrega cada vez mais usuários e admiradores.

O texto segue uma linha histórica detalhada dos games, aparentando de início ser uma coleção de curiosidades extraídas de revistas especializadas para serem contadas em rodas de amigos *nerds*. Aos poucos, porém, somos conduzidos a reflexões críticas sobre um complexo industrial global. A surpresa de se estar acompanhando curiosidades *geeks* que desembocam em reflexões profundas sobre os modos mais agressivos de exploração do trabalho é efeito do modo como o autor organiza os capítulos. O livro começa com ‘Uma história de jogar e dos jogos eletrônicos’, para, em seguida, entrar em problemas como ‘A indústria dos jogos eletrônicos’ e ‘Análise Cultural’. A leitura é instigante e desperta memória de tardes de crianças se acotovelando em fliperamas, cenários de *Duke Nukem*, *Counter-Strike*, *GTA* ou, ainda, cenas de maio de 68, Guerra Fria e Guerra do Vietnã.

A primeira parte discute a relação entre os processos improdutivos de criação e execução de games – sua dimensão afetiva, emocional, artística – e os mecanismos capitalistas

de apropriação. A singularidade desses jogos, nos diz Woodcock, é a interatividade, ou jogabilidade, algo que não está presente, ao menos não de modo fundamental, em outras formas de arte. Essa particularidade produziu um impasse que precisou ser resolvido pelo mercado: o ato de jogar está (ou estava) relacionado ao desperdício de tempo de trabalho. Jogar “não cria riquezas, nem bens, diferindo assim do trabalho ou da arte” (Caillois *apud* Woodcock, 2020, p. 43).

Como se desenvolvem as dimensões artísticas, afetivas, materiais e imateriais na indústria dos games? Como foi possível capitalizar sobre essa crescente indústria, historicamente *hacker*, de perfil anticapitalista e de confronto com posições políticas norte-americanas? Como se organizou a exploração trabalhista dos desenvolvedores de games, mantendo-se rígido controle sobre seus conhecimentos e organização? O livro avança perseguindo tais questões.

### III

Ao longo do texto, o autor propõe categorias para definir os tipos de trabalho na indústria dos games. Recorre a conceitos como os de trabalho imaterial e braçal, articulando-os com o que Marx definiu como mercadoria e mais-valia.

O trabalho imaterial diz respeito às relações e emoções: assistência técnica, criação, discussão, avisos e encontros, convenções e mediação. Citando Maurizio Lazzarato, Woodcock destaca o trabalhador intelectual: aquele “(...) que produz o conteúdo informacional e cultural da mercadoria” (Lazzarato *apud* Woodcock, 2020, p. 73). Para definir mercadoria, cita Marx:

Uma mercadoria é, em primeiro lugar, um objeto fora de nós, uma coisa que por suas propriedades satisfaz os desejos humanos de algum tipo ou de outro. Se a natureza de tais desejos, por exemplo, brotar do estômago ou da imaginação não faz diferença. Nem estamos aqui preocupados em saber como o objeto satisfaz esses desejos, seja diretamente como meio de subsistência, ou indiretamente como meio de produção. (Marx *apud* Woodcock, 2020, p. 90).

O trabalho braçal, por sua vez, “ocorre bem distante dos estúdios dos jogos, nas fábricas de eletrônicos e lixões eletrônicos e minas de tantalita” (Whiteford & Peuter *apud* Woodcock, 2020, p. 127). Este se relaciona à produção de *hardwares* e guarda semelhança com o trabalho industrial de que Marx nos fala em *O Capital*. Essa etapa da produção é executada, em grande medida, na China, por migrantes em condições de exploração extrema.

Quanto à mais-valia, consideremos, de modo sucinto, suas duas formas. A primeira, *mais-valia relativa*, implica em fazer com que os trabalhadores produzam mais durante o mesmo tempo de trabalho, ou seja, reduzir o tempo de trabalho necessário para produzir o equivalente ao valor do salário. A segunda, *mais-valia absoluta*, visa a aumentar o tempo produtivo do trabalho.

Woodcock recorre a índices econômicos para aplicar os conceitos, levando em conta três segmentos: desenvolvimento, publicação e venda. Demonstra, com isso, a disparidade entre o PIB gerado por essa indústria e o salário de cada trabalhador – “Se a média salarial é menor do que o valor com que os trabalhadores estão contribuindo, as empresas estão, sem dúvida, ganhando muito dinheiro” (Woodcock, 2020, p. 86).

Pensemos o exemplo do Reino Unido, destacado por ele. O primeiro segmento refere-se ao trabalho realizado em estúdios, e foi responsável, em 2013, por gerar 639 milhões de libras no PIB – 68 mil por trabalhador. O segundo segmento é o das editoras e envolve financiamento, marketing e distribuição. O PIB deste setor, no mesmo ano, foi de 63 milhões de libras – 70 mil por trabalhador. O terceiro teve o PIB estimado em 53 milhões de libras – 30 mil, em média, por trabalhador. A mais-valia torna-se vulgar na diferença entre a média salarial proporcional calculada acima, e o salário que os trabalhadores efetivamente recebem.

A exposição da cadeia produtiva também auxilia o autor a denunciar certa faceta do capitalismo contemporâneo, manifestada sobretudo pelas gigantes da logística – Amazon, por exemplo. Essas empresas são capazes de condensar e invisibilizar a complexidade de uma rede mundial de produção e distribuição, fazendo parecer simples e breve o processo que separa a compra e a chegada ao domicílio do comprador. As partes do trabalho tornam-se, nas palavras de Marx, “congeladas”.

As atribuições exigidas na produção de um game, estão dispersas e distantes, longe do controle do trabalhador, pertencendo mais às grandes corporações. Woodcock enfatiza, contudo, que a exclusão do trabalhador sobre a totalidade dos processos de produção remonta aquilo que Frederick Taylor chamou de administração científica: a concentração dos saberes da produção no gerente de uma fábrica e o isolamento do trabalhador em etapas dispersas.

O conceito de *ciberproletariado* (Whiteford *apud* Woodcock, 2020) coroa o esforço de Woodcock de pensar, em termos marxianos, um mundo mais computadorizado, dentro do qual estão presentes os trabalhadores da indústria dos games. Tal denominação, no entanto, abrange um grupo tão diverso que inclui operadores de telemarketing, mineradores do Hemisfério Sul, *dagongmeis* (trabalhadoras migrantes) nas fábricas chinesas, entregadores de aplicativo etc. – ou seja, os grupos que, a partir da informatização, estão mais sujeitos à precarização do trabalho.

O autor atenta ainda para um certo “momento crítico” relacionado às longas horas de trabalho e ao esgotamento profundo do trabalhador. Fala-nos de um regime sem hora extra, banco de horas, adicional por doença ou férias, como é o caso mencionado de um funcionário da EA Sports que cumpria jornadas laborais entre nove e 22 horas por dia, sete dias por semana.

Curiosamente, os dados demonstram que tal “momento crítico” torna os jogos menos bem sucedidos, fato que leva o autor a indagar o porquê de serem mantidas tais condições. Marx responde: as horas estendidas buscam aumentar o valor produzido pelo trabalho.

#### IV

A linha histórica dos games evidencia um revezamento de tendência em que ora prevalecem os videogames para televisão, ora os games para PC; ora venda de dispositivos físicos, ora downloads. Ao fim, nota-se que tais revezes são motivados por aumento de lucro. Veremos que o sucesso fugaz do *Atari*, bem como a consecutiva prevalência da indústria japonesa sobre a americana nos anos 1980, tem relação direta com a exclusão da lógica “faça

“você mesmo”, presente na cultura *hacker* dos anos 1960 e 1970. Tentou-se, neste momento histórico, orientar a produção entorno de grandes corporações, organizadas de modo cada vez mais vertical.

Já nos anos 2000, jogos originalmente produzidos para TV e para o mercado físico buscam migrar para o mercado on-line, excluindo-se, assim, a figura do varejista, responsável por expor os produtos nas prateleiras e sites. O caso do jogo *Assassin's Creed Origins*, em que o varejista retém 20% do lucro, ilustra o quão vantajosa pode ser essa posição intermediadora. A transição do comércio de jogos físicos para o de modelo digital foi iniciado pelo *Xbox One* e pelo *Playstation 5*, numa tentativa de dispensar a atuação dos varejistas.

A editora Valve segue na mesma direção com o *Steam*, uma plataforma de venda e atualização de jogos surgida em 2003, mas que em 2020 já controlava 70% das vendas de jogos on-line. Para pensar as plataformas, o autor cita Srnicek (2017): “(...) se posicionam como um intermediário que junta diferentes usuários (...) essas plataformas vêm também como uma série de ferramentas que permitem a seus usuários construir seus próprios produtos, serviços e mercados” (Woodcock, 2020, p. 97-98).

## V

O contexto do segundo pós-guerra (guerra nuclear, corrida armamentista, medo do comunismo, revolução das telecomunicações) fez das bases militares norte-americanas locais propícios para a criação de games. O primeiro jogo de *Blackjack*, por exemplo, foi desenvolvido em 1954, em um IBM 701 do laboratório de Los Alamos, o mesmo do Projeto Manhattan. Em 1955, foi criado o *Hutspiel*, jogo que simulava um conflito entre OTAN e União Soviética. Um ano depois, tendo como suporte o mesmo IBM 701, foi desenvolvido um jogo de damas – que em 1972, derrotaria um grande mestre desse jogo. Muitos jogos eletrônicos foram criados: ora alguns ratos giravam em labirintos em busca de martinis, ora simulava-se um jogo de tênis ou de beisebol.

Nos anos 1960, especialmente após a Crise dos Mísseis, dois jogos surgem e alteram o rumo da indústria dos games. O primeiro foi o *Stage*, lançado pelo próprio departamento de defesa dos EUA: um jogo de estratégias de guerra, cujo enredo invariavelmente desenrolava-se na vitória dos EUA sobre a URSS. O segundo foi o *Spacewar*, elaborado por Steve Russell, um estudante do MIT que, com o jogo, transforma em brincadeira aquilo que antes era um simulador de guerra para oficiais militares. O *Spacewar* foi desenvolvido para brincar, combinando concepções *hacker*, as insurgências estudantis de maio de 1968 e a oposição à guerra do Vietnã – elementos que estão na base do que viria a ser chamado, por Whiteford e Peuter (*apud* Woodcock, 2020), de nova esquerda. Este jogo inaugura um vetor de fuga do labor bélico objetivo, apontando para uma direção improdutiva do trabalho, na qual programação e criação de games poderiam ser atividades realizadas por todos e qualquer um.

Após este momento, uma primeira inflexão: a criação de games se populariza e entram em cena os jogos para TV. Em 1972 a Magnavox lançou o *Odyssey*, e a Atari, o *Pong*, jogos que rapidamente se espalharam pela Califórnia. A Atari propôs a articulação que logo se tornaria tendência: aquela entre a brincadeira e o trabalho.

Empresas como a Atari prometiam o “jogar como forma de trabalhar”, como uma alternativa às condições restritivas da indústria ou dos escritórios fordistas. Era a inovação da cultura do ambiente de trabalho “trabalhe duro, divirta-se bastante” que se tornou tão influente no Vale do Silício (Woodcock, 2020, p. 53).

Com os jogos se deslocando dos computadores para os games de console, iniciava-se uma tendência de rompimento com a lógica *hacker* de programação livre, tanto quanto um movimento de inserção mais direta dos games na indústria capitalista. O *Famicom*, conhecido como *NES* (Nintendo Entertainment System), foi lançado em 1983 no Japão e vendeu 62 milhões de unidades. Este aparelho trazia a novidade do código de verificação interno, mecanismo com o qual a empresa permitia ou não o funcionamento dos jogos, tornando exclusivos seus produtos.

Os fliperamas também se popularizam nos anos 1980. A indústria japonesa cresce neste momento através da Namco, com o jogo *pac-man*. O sucesso da Atari, por outro lado, não dura, sinalizando uma tendência de declínio da indústria norte-americana de games. Em 1983, uma grande crise, somada à má gestão, superprodução, trabalhadores insatisfeitos e pirataria, faz

com que a empresa tenha uma queda de 97% de sua receita. A indústria japonesa de games se impõe ainda mais com a Nintendo e a Sega, sobretudo após o sucesso de *Mario* e *Sonic*, respectivamente.

Sobre o sucesso da indústria japonesa de games e de declínio da americana, o autor cita Whiteford e Peuter para tratar de uma importante alteração: os games que, nos Estados Unidos, surgiram como uma “mídia antissistema” e marcados pela autonomia da ética *hacker*, no Japão transformaram-se em uma mídia “pró-sistema”, cada vez mais fechada. O modo como o complexo industrial militar japonês busca uma recuperação industrial no segundo pós-guerra caminha de acordo com a indústria de games nascida no país.

Podemos articular esta transformação interna à indústria dos games com outra mais geral que diz respeito à passagem do modelo fordista para o modelo toyotista de produção (Lazzarato; Negri, 2001). Se Lazzarato (2006) alerta para uma revolução contemporânea do capitalismo, Woodcock oferece-nos pistas para considerarmos a genealogia recente dos games como força decisiva nesta e desta revolução.

## VI

Os anos 2000 marcam outra transição. Enquanto a indústria dos games se acirrava com o lançamento de consoles como *Playstation 2* (2000), *Xbox* (2005) e *Wii* (2006), os jogos de computador retomavam o impulso. *Minecraft* (2009), jogo desenvolvido de forma independente e que vende 144 milhões de cópias, é um marco da nova tendência.

Outra força decisiva deste momento se relaciona à retomada de certas tradições de produção livre e gratuita de jogos, sendo as plataformas de financiamento importantes mediadoras. Como adaptação às novas possibilidades do mercado on-line, os chamados itens adicionais e de extensão são vendidos para jogos que podem ser baixados gratuitamente.

Em 2011, surge a plataforma *Twitch*, voltada à transmissão ao vivo de games. Abre-se, aqui, mais uma frente de monetização. A *Twitch* passa a dominar um terreno outrora ocupado

por revistas *geeks* e fóruns on-line. A compra do *streaming* pela Amazon em 2014 e a continuidade de seu sucesso em 2023 corroboram a nova tendência.

A relação entre os jogos eletrônicos e o departamento de defesa norte-americano também se reorganiza nos anos 2000. Woodcock exemplifica tal rearranjo referindo-se ao jogo *America's Army*, de 2002, desenvolvido pelos próprios militares para ser uma ferramenta de recrutamento. Seu objetivo era monitorar habilidades de soldados em potencial, além de propagar a semiótica da guerra entre os jovens. Nota-se, com este exemplo, que a relação histórica entre os jogos eletrônicos e a guerra permanece ativa.

Somamos ao debate a reflexão de Grégoire Chamayou (2015) em *Teoria do drone* sobre as novas estratégias de treinamento de soldados e operações de guerra por interface de computadores. Aproximar Woodcock de Chamayou nos ajuda a perceber um trânsito de mão dupla entre os games e a guerra: se os jogos eletrônicos, como exposto em *Marx no fliperama*, nascem de um esforço para simular experiências de guerra, é preciso notar que a guerra à distância possibilitada pelos *drones* faz com que a experiência bélica seja, cada vez mais, vivida como um game.

Woodcock lembra-nos, ainda, que, em determinado momento, tanto membros das forças armadas passam a atuar como consultores de jogos, quanto desenvolvedores de games passam a pagar a produtores de armas para terem seus produtos inclusos nos jogos. Conclui-se, daí, que consumidores de jogos acabam por financiar, ainda que involuntariamente, empresas de armas.

A negociação entre as indústrias da arma e dos games expõe a amplitude alcançada por elas no contemporâneo. Um ramo que surgiu simulando ataques e negociações de guerra, hoje alcança um patamar econômico que lhe possibilita comprar licenças junto às grandes empresas de armas simplesmente para utilizar suas imagens.

## VII

Marx entende que os trabalhadores estão sujeitos às condições históricas de exploração, mas também, e principalmente, que são capazes de romper com elas. Sua perspectiva

revolucionária tem como condição as premissas materiais existentes. Para analisar a luta de classes na indústria dos games, Woodcock utiliza os conceitos do operaísmo. Tal abordagem expande o entendimento da composição de classes para incluir trabalhadores além dos locais de trabalho. Trata-se de fazer uma investigação “desde baixo”, isto é, quebrando a barreira entre pesquisador e pesquisado, conectando profundamente o processo de construção do conhecimento às organizações dos trabalhadores. O autor busca compreender a composição técnica da indústria dos games tanto quanto a condição dos trabalhadores nos estúdios de produção: regimes contratuais, salários, questões de gênero e sexualidade, assistência social e qualidade de vida, composição etária das empresas, perfil de consumo, precariedade do trabalho etc.

É mérito do autor pensar os jogos eletrônicos não apenas como resultado das forças atuais do capitalismo, mas como um de seus importantes motores. É oferecida ao leitor uma caracterização densa da indústria dos games e, a partir dela, uma perspectiva original da sociedade contemporânea. O notável rigor do texto não está, contudo, a serviço de fechamentos; ao invés disso, a exposição de tendências parece instigar, acima de tudo, a imaginação de novos horizontes. Woodcock (2020, p. 254) aponta nesta direção citando Ian Williams: “a exploração na indústria dos jogos eletrônicos fornece um vislumbre de como podemos estar trabalhando nos próximos anos”.

### Referências bibliográficas

CHAMAYOU, Grégoire. *Teoria do drone*. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Toni. *Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LAZZARATO, Maurizio. *As Revoluções do Capitalismo*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2006.

WOODCOCK, Jamie. *Marx no fliperama: videogames e luta de classes*. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

---

**Matheus Pereira** – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ

Possui Bacharelado e Licenciatura em Ciências Sociais (UFES), Mestrado em Comunicação e Cultura (ECO-UFRJ), Doutorando em Comunicação e Cultura (ECO-UFRJ).

E-mail: matheusdasilva87@gmail.com

**Leandro Carmelini** – Universidade Estadual do Rio de Janeiro – UERJ

Possui graduação em Biologia (UNISALES), mestrado e doutorado em Comunicação e Cultura (ECO-UFRJ). Atualmente cumpre estágio pós-doutoral (PPFH-UERJ).

E-mail: lcarmelini@gmail.com