



Entusiasmo, Afetos e Memória no Consumo de Videogames *Retrô*¹

Vicente Martin Mastrocola²

ESPM (SP)

Felipe Corrêa de Mello³

Amamundi Educacional

Resumo

Este artigo aborda os processos memorialísticos e afetivos articulados com as práticas de consumo de *videogames retrô* – essencialmente consoles que foram lançados entre as décadas de 1970 até 1990. Os resultados aqui apresentados fazem parte de pesquisa mais abrangente voltada para a compreensão das relações entre memória, identidade e consumo de *videogames* no mercado brasileiro. Como aporte teórico nos embasamos nas contribuições do campo da história e da psicologia social (BOSI, 2003; LEGOFF, 2000; NORA, 1993; HUYSSSEN, 2014), bem como nas reflexões que abordam as relações entre meios de comunicação, cultura, consumo e memória (NUNES; BIN, 2018; MELLO; MASTROCOLA, 2019). Como objeto empírico trazemos o trabalho de campo realizado em um dos principais encontros de jogos clássicos e *retrô* da cidade de São Paulo, o *Dia do Videogame*, ocorrido no mês de fevereiro de 2020.

Palavras-chave: videogames; memória; comunicação e consumo

Introdução

Neste artigo temos como objetivo identificar, descrever e analisar as possíveis conexões entre as dimensões afetivas e memorialísticas presentes no processo de consumo de bens relacionados ao universo dos *videogames* clássicos e *retrô*. Para tanto, elegemos como recorte metodológico a observação de inspiração etnográfica de uma edição de um dos eventos mais representativos desse universo: a quarta edição do *Dia do Video Game* - realizada na cidade de São Paulo em fevereiro de 2020.

A pesquisa de campo foi guiada por um roteiro aberto, permitindo percorrermos o evento ao sabor da dinâmica de nossos encontros com expositores, estandes, visitantes

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICAÇÃO, CONSUMO, MEMÓRIA, do 8º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado de 13 a 15 de outubro de 2021.

² Doutor em Comunicação e Consumo pela ESPM (SP). Professor da graduação da ESPM nos cursos de Publicidade, Cinema e Sistemas de Informação. Game designer parceiro da Grow Jogos. vincevader@gmail.com

³ Publicitário e Doutor em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM) Pesquisador CNPq "Comunicação, educação e consumo". Sócio e professor na Amamundi Educacional. felipeccmello79@hotmail.com

e atividades, sem ser necessário seguirmos um plano fixo e estruturado de visita. Nessa abordagem travamos conversas espontâneas e intencionalmente estimuladas que permitiram a identificação de traços regulares e singulares relativos aos relatos acerca do universo do *videogame* clássico e *retrô*. Foram gravados 12 depoimentos, que não são exibidos neste texto de forma cronológica.

O enfoque qualitativo aplicado levou-nos a um processo indutivo de análise dos dados. Assim, sem termos hipóteses estabelecidas *a priori* a serem verificadas, tomamos como base inicial da observação categorias amplas como as relações entre consumo de *videogames* e identidade, memória afetiva e consumo, comunicação, memória e o universo de *videogames* – categorias, estas, derivadas de pesquisa bibliográfica e dos resultados obtidos em nossas pesquisas recentes (MELLO; MASTROCOLA, 2019) acerca das interfaces entre comunicação, consumo e o universo dos jogos digitais.

Nesse contexto, vale expormos como entendemos a memória: os campos da História e da Psicologia nos mostram que a produção da memória é um processo essencialmente ativo no qual está implicado o indivíduo e que envolve uma série de rearranjos, seleções, vieses, esquecimentos, recortes e construções narrativas. Longe de ser a marca objetiva do passado, a memória se dá em função do contexto presente em que ela é produzida (LEGOFF, 2000, p. 354; BOSI, 2003).

Face à ameaça do esquecimento, a memória parte avidamente do presente em direção ao passado, num processo “de apropriação veemente do que nós sabemos que não nos pertence mais” (NORA, 1991, p. 32). Ao garantir a sensação de continuidade, atualiza o passado no instante presente da rememoração e, assim, verte-se em prática fundamental na constituição da identidade individual e coletiva (PINTO, 1998; BOSI, 2003).

Conforme nos mostra Bosi (2003, p.36), a partir das reflexões do filósofo francês Henri Bergson, a memória tem um papel fundamental na existência humana, “já que ela permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no curso atual das representações”: enquanto força subjetiva, as lembranças incidem diretamente nas percepções e valorações atuais. Assim, a memória, fruto de uma trajetória de vida singular, é “o lado subjetivo de nosso conhecimento do mundo” (BOSI, 2003, p.36) — um dos principais substratos da consciência de si e da realidade.

Além do mais, refletimos acerca das práticas de consumo como práticas culturais e comunicativas que não se esgotam na simples troca mercantil de produtos e serviços, tampouco se reduzem ao mero “consumismo”. Longe de ser visto “como uma atividade simplesmente induzida ou provocada nos consumidores modernos pela indústria

publicitária e pelos interesses comerciais sobre uma audiência passiva” (BACCEGA, 2012, p.252), o consumo – neste contexto - é um processo ativo “fortemente relacionado às subjetividades dos atores e ao grupo social ao qual pertencem” (CASTRO, 2014, p.60).

Nosso percurso expositivo envolve, em um primeiro momento, algumas considerações sobre o mercado de *videogames* clássicos e *retrô*, para em seguida apresentar o evento denominado *Dia do Videogame*. Em segundo lugar, buscamos delinear alguns pontos acerca das relações entre afetos, memórias e o consumo desse tipo de produto. Em terceiro lugar, nos servimos da noção de jogo aplicada aos campos sociais, conforme trabalhada por Bourdieu (2006, 2007, 2011) com o intuito de observar as dinâmicas de envolvimento e trocas simbólicas e materiais entre os sujeitos que fazem parte do universo dos *videogames* clássicos e *retrô*. Por fim, dissertamos sobre o papel de “guardiões” e “receptáculos do conhecimento” da história dos *videogames* assumida por alguns dos sujeitos desse universo.

Consumo, Memória e Videogames Clássicos e Retrô

Em estudo sobre identidade, nostalgia e memória afetiva no consumo de *videogames* clássicos e *retrô*, Mello e Mastrocola (2019) discutem como a indústria de *games* estrategicamente utiliza os jogos antigos, ou *retrô*, como produtos visando dialogar com públicos consumidores saudosistas ou com públicos que não tiveram oportunidade de jogar tais *games* na época em que eles foram lançados. Indo além, alguns estúdios de *videogames* lançam jogos nas mais modernas plataformas, com mecânicas sofisticadas, mas que aludem (muitas vezes no visual do jogo) à uma estética *retrô* (MELLO; MASTROCOLA, 2019, p.165-166) buscando os jogadores que possuem afinidade com esse tipo de produto.

Mais do que comprar jogos antigos de maneira esparsa, este público busca eventos específicos nos quais pode encontrar seus pares para dividir tais memórias e recordar aspectos relevantes de experiências que tiveram no passado. Na cidade de São Paulo, por exemplo, há diferentes encontros de aficionados por jogos antigos no decorrer do ano como o *Retro Cambuci* e o *Dia do Videogame*, este último objeto empírico do artigo.

Nesse contexto, os jogadores saudosistas, novos jogadores, colecionadores e entusiastas do movimento *retrô* tecem uma complexa trama de trocas simbólicas e culturais que extrapolam os *games* em si e também se desdobram em eventos, redes sociais e encontros que moldam este universo.

O Evento *Dia do Videogame*

Em pelo menos um sábado de cada semestre é realizado o *Dia do Videogame*, evento de *videogames retrô* e clássicos. Resultado da parceria entre as iniciativas *Retro Cambuci*, *Playtoy* e *WarpZone*, o evento é realizado desde 2017 no pátio central do colégio Saint Clair, no bairro do Pari, zona leste da cidade de São Paulo⁴.

É dia 15 de fevereiro de 2020. Sábado de carnaval. Pegamos um táxi no metrô Santana em direção ao colégio Saint Clair. O pátio do colégio está tomado por tendas e barracas nas quais se amontoam uma enorme variedade de jogos, consoles de *videogame*, pôsteres, brinquedos e diversos outros itens relacionados ao passado da história dos jogos digitais. Todos esses produtos estão à venda ou disponíveis à base de troca para aqueles que têm disposição e capital financeiro para adquiri-los; não obstante, independente das possíveis trocas mercantis, esses produtos servem à contemplação, ao toque curioso que em determinado item reconhece um elemento do passado ou a descoberta de algo que se desconhecia a existência, ou à efetiva experimentação lúdica, nos estandes em que os consoles estão ligados aos pequenos televisores de tubo, prontos para serem jogados.

Figura 1 – Exemplos de consoles *retrô*



Fonte: Google Images (montagem criada pelos autores)

Além do mais, ao longo do evento são realizadas diversas atividades: campeonatos, palestras sobre colecionismo dos *videogames retrô* e exibição do documentário *1983: O Ano dos Videogames no Brasil*, produzido pelo radialista Marcus Garret Chiado, 47 anos, um dos organizadores do *Dia do Videogame*.

⁴ Vale ressaltar que, por conta da pandemia de coronavírus, que se iniciou em 2020, tais eventos ganharam versões online.



O público presente é eminentemente masculino, na faixa dos 25 a 50 anos, em busca dos *videogames* que fizeram parte de sua juventude e infância. Poucos vêm com suas companheiras, alguns trazem crianças.

Bruno, 34 anos, engenheiro, nos conta que a despeito de sua esposa jogar jogos casuais no celular ela não gosta de jogos antigos, motivo pelo qual não comparece a esse tipo de evento. Para o engenheiro, “uma das coisas mais legais” do *Dia do Videogame* é, além de poder encontrar jogos antigos, poder “conversar com outros caras que vivem e respiram esse mundo dos jogos da nossa infância [...]”.

Já Renato, publicitário, 47, nos diz que, embora tenha um Xbox One, console moderno da Microsoft, possui como grande paixão os jogos do console Atari. Conforme rememora, quando criança no começo da década de 1980 passava horas jogando com seus amigos vários jogos. Entretanto, Renato faz questão de frisar que a presença deste console em sua vida não se relega a seu passado. Muito pelo contrário. É parte importante de sua vida adulta: “jogo quase todo dia em uma tevê de tubo que comprei faz uns oito anos, e estou sempre procurando comprar novos jogos [...] para jogar mesmo ou só colecionar”.

Entusiasmo, Memória e Identidade

São vários os termos que os frequentadores do *Dia do Videogame* usam para se identificarem em relação ao universo dos *videogames* clássicos e *retrô*: colecionadores, fãs e *retrogamers*. Entretanto, uma palavra largamente repetida por diversos deles nos chama a atenção: “entusiasta”. É assim que se apresenta Emerson, 38 anos, radialista: “coleciono jogos antigos [...] mais do que isso, sou um entusiasta desse universo”.

Amparados pela Análise de Discurso de Linha Francesa (ORLANDI, 2012; BAKTHIN, 2002) entendemos que “as palavras simples do nosso cotidiano já chegam até nós carregadas de sentidos que não sabemos como se constituíram e que, no entanto, significam em nós e para nós” (ORLANDI, 2012, p.20). O que se busca aqui é iluminar as potencialidades de sentido que a palavra “entusiasta” carrega e que muitas vezes escapa da plena transparência de significado para os sujeitos que a proferem.

No cruzamento das tramas discursivas que perpassam o contexto de fala de nossos entrevistados, antevemos o significado cotidiano da palavra “entusiasta” e o conjunto de sentidos a que ela se vincula. Aqui, “entusiasmado” é aquele que conserva uma relação apaixonada, de admiração excessiva e de plena entrega a determinado objeto – no caso em questão, aos *videogames* clássicos e *retrô*.

Delineia-se aqui a memória de uma experiência de espanto, percebida à época da infância como uma ruptura milagrosa que introduz na vida dos jogadores um novo universo, ao mesmo tempo mágico e tecnológico. Indagado sobre seu primeiro contato com os jogos digitais, Marcus Garret Chiado, organizador do evento, nos fala da sensação de arrebatamento quando aos seis anos de idade seu padrinho lhe presenteou com um *TV-Jogo 3*, variante do clássico *Telejogo Philco*, um dos primeiros consoles da história dos *videogames*. Conta-nos Chiado em entrevista para este artigo que

pela primeira vez na vida, a televisão deixou de ser algo passivo para mim, e passou a ser algo ativo, ou interativo. Então, pela primeira vez da minha vida, eu mexia no controle e a televisão atendia minha vontade. Foi aquele encantamento, amor à primeira vista, aquilo foi uma absoluta novidade!

Nas lembranças de nosso entrevistado a chegada do *videogame* em casa estabelece um tipo de relação com a televisão nunca vista até então. No lugar da passividade anterior, a interatividade: por meio de dispositivos tecnológicos, a criança pode comandar o que se passa na televisão. É estabelecida, então, uma relação afetiva imediata (“amor à primeira vista”) que iria acompanhá-lo até o presente.

Encontramos ecos dessas percepções em diversos de nossos entrevistados do evento, como Samuel Rocha, administrador, 46 anos. Em entrevista para este trabalho, suas memórias se direcionam ao começo de sua adolescência quando entrou em contato pela primeira vez com o computador *Apple II* e seus jogos:

Eu vi aquilo...eu fiquei boquiaberto... parecia coisa de outro planeta, que a gente via em filmes. Eu fiquei verdadeiramente alucinado por aquilo. Eu não acreditava no que estava vendo. O encantamento de ver a qualidade dos gráficos, como era diferente dos outros *videogames*.

Os anos de infância e de juventude desses jogadores avançam na mesma medida em que os *videogames* avançam em sofisticação tecnológica. Dos encantamentos primeiros com *videogames* mais simples como *Pong* e *Odyssey*, passando por *Atari* e *Intellivision*, jogadores como Rocha e Garret testemunham a chegada de computadores que possibilitam uma relação de maior arrebatamento na medida em que lhes apresentam um universo de gráficos, cores, sons e interatividade mais rico e tecnologicamente mais complexo. “Era como a passagem da água para o vinho e eu testemunhei isso”, rememora Garret acerca de sua relação com os jogos do computador *Apple II* na metade da década de 1980. No mesmo ecossistema, encontramos outros entusiastas que nos relatam sua experiência com o impacto que os consoles de terceira geração - como *Master System* e *NES* - trouxeram em relação aos de segunda geração, como o *Atari*: “Eu não acreditava



no que estava vendo. O encantamento de ver a qualidade dos gráficos, como era diferente dos outros *videogames*”, relembra Paulo, 38 anos.

Em contrapartida, é interessante notar que o entusiasmo em relação à tecnologia geralmente se restringe aos *videogames* das décadas de 1980 e 1990. A capacidade gráfica e audiovisual dos consoles mais avançados (como *PlayStation 4* e *PlayStation 5*) não é tanto objeto de fascínio para esses jogadores quanto os consoles e computadores do passado. Entendemos que isso é indicativo do poder que a memória afetiva desempenha na relação dessas pessoas com os jogos digitais: trata-se de um fascínio pela tecnologia na medida em que ela se enquadra nas memórias alegres de infância e de juventude.

Perda, Nostalgia e Reparação

Ao estar diretamente ligada à constituição da identidade e à percepção de quem somos, a memória individual é atravessada por afetos. Conforme nos ensina o filósofo holandês Espinosa, os humanos são seres fundamentalmente constituídos pelos afetos (pelas paixões). Isso significa, sem desconsiderar a importância de nossas faculdades racionais, que nossa relação com o universo físico e social é guiado pela nossa relação afetiva com o que nos cerca. De maneira resumida e parcial, para o filósofo a essência do humano é buscar o contato com coisas e seres que ele imagina aumentar sua felicidade e evitar o contato com as coisas e seres que imagina lhes causem tristeza. No primeiro caso, amamos essas coisas e intentaremos conservar o máximo possível a presença dessas coisas em nossa vida; no segundo caso, odiamos essas coisas e sempre que possível nos esforçaremos por afastá-las de nossa vida.

No caso da relação memória e afeto, demonstra Espinosa na definição 32 e na proposição 36 da parte III de sua *Ética* ([1677], 1973, p. 194-197):

[...] o desejo ou apetite de possuir alguma coisa cuja lembrança de outras coisas que excluem a existência desejada [...] Aquele que se recorda de uma coisa com que se deleitou deseja possuí-la nas mesmas circunstâncias em que na primeira vez com ela se deleitou [...] se aquele que ama descobrir que alguma coisa dessas circunstâncias em que pela primeira vez com ela se deleitou [...] se aquele que ama descobrir que alguma dessas circunstâncias falta, ficará triste, pois imagina algo que exclui a existência da coisa amada. Ora, como deseja por amor essa coisa ou essa circunstância, imaginá-la faltando entristece. Essa tristeza, enquanto referida à ausência, do que amamos, chama-se saudade⁵.

⁵ Essa citação retirada de Espinosa foi cotejada com a tradução de Marilena Chauí (2006) a partir da edição *Gebhardt II* da *Ética* demonstrada à maneira dos geômetras, na língua original em latim. No contexto dessa tradução, a autora coloca o termo *desiderium* como equivalente do termo saudade.

Nas narrativas das histórias de vida dos entrevistados está presente a percepção de que algo se perdeu na passagem para a vida adulta. Diante do desenrolar de suas histórias, os jogadores experimentam em maior ou menor medida as convocações de uma vida que não permite a completa entrega ao mundo dos *videogames*, como acontecia na infância e na juventude.

Sérgio, 38, dono de uma loja de *videogames* antigos, entende que na vida de todo jogador de jogos clássicos e *retro* chega um momento durante a fase adulta em que ele mira o passado e quer recuperá-lo. Nos diz o empresário: “[...] a maioria perdeu o elo. A vida continua e vai acontecendo outras coisas. Mas depois de vinte, quinze anos, começa a dar saudade [...] o cara começa a procurar seu primeiro *videogame*”.

Chauí (2006, p.25) correlaciona a teoria do desejo de Freud com a geometria das paixões de Espinosa e nos ensina sobre as profundas conexões que existem entre nossos desejos e nossas memórias. O desejo, ao estar indissociavelmente ligado aos traços da memória, busca constantemente “realizar-se pela reprodução alucinatória das percepções antigas nas percepções presentes que se tornam, pela via de substituição, sinais precários de satisfação” (CHAUI, 2006, p.25). O objeto de desejo não é exatamente o objeto em si, determinado pelas suas características físicas e pela sua existência material (nos termos freudianos, o objeto real), “mas um sistema de signos que forma o fantasma [o objeto do desejo enquanto *fenômeno*]” (CHAUI, 2006, p.25).

Em certa medida, o desejo pelos jogos digitais clássicos e *retro* nasce de uma percepção de perda irreparável dos jogos da infância/juventude e das circunstâncias em que eles foram desfrutados. Esse desejo se configura como a busca pela reparação desta perda por meio do consumo de objetos e elementos que, através de determinadas cargas afetivas e simbólicas, sejam capazes de materializar no plano imaginário o passado.

Em muitos casos, notamos que essa reparação não se dá somente pela (re)compra de jogos e consoles que o entusiasta jogava quando criança e adolescente; mas também como um mecanismo de reparação retroativa, quando já na vida adulta é possível por meio de uma posição financeira mais robusta comprar aquilo que lhe foi impedido no passado por conta de escassez de recursos.

Assim, o gerente de T.I, Igor, 37 anos, nos conta que grande parte de sua coleção é composta de jogos e consoles que não tinha dinheiro para adquirir em sua infância. Ele rememora seu intenso desejo de na década de 1990 adquirir um *Neo Geo*, console de quarta geração (disponível no Brasil via importação por um alto preço), e nos conta de



sua alegria quando teve oportunidade - aos 28 anos – de comprar um exemplar usado desse console com seu salário.

Ao tornar os *videogames* presentes a memória possibilita que a mente reviva as alegrias do passado (TEIXEIRA, 2019, p.102). Indo além, podemos recorrer ao raciocínio de Bogost (2016, p.57) que disserta que, na contemporaneidade, há uma busca incessante por diversão por parte das mais variadas audiências e que tal diversão pode ser entendida como a consequência de manipular deliberadamente uma situação familiar de uma nova maneira.

Entretanto, esse esforço de rememoração é inibido por outras lembranças e percepções que excluem a existência desses artefatos do passado, fazendo com que a alegria seja acompanhada de tristeza. A saudade (ou a nostalgia) é um sentimento ambíguo, uma flutuação da alma (ESPINOSA [1677], 1973, Escólio da Proposição XVII da parte III, p.186): os *videogames* da época da infância e juventude são causas de alegria, vestígios materiais e simbólicos de um passado de alegria, ao mesmo tempo que são causas de tristeza, porque em sua materialidade presente apontam para a evidência de que o passado se perdeu. É dizer, “a tristeza da saudade só existe porque outrora ela foi alegria” (TEIXEIRA, 2019, p. 102).

O desejo individual pelo passado se relaciona a um contexto social mais amplo caracterizado por Huyssen (2014, p.20) como “cultura da memória”. Segundo o autor, desde meados da década de 1970 até hoje é possível identificar nas sociedades ocidentais o aumento progressivo de iniciativas memorialísticas coletivas, tanto no âmbito dos debates públicos quanto no âmbito mercantil – esse último objetivado na produção e consumo de bens e serviços dentro de uma lógica *retrô*, bem como na espetacularização da história por parte da indústria cultural (HUYSSSEN, 2014; SARLO, 2007).

Ao reconhecermos que no cenário contemporâneo os meios de comunicação ocupam a centralidade na produção e reprodução dos sentidos sociais – isto é, na (re)produção da cultura – reconhecemos o papel central que eles, os meios, desempenham no enquadramento das memórias sociais. Por meio dos produtos midiáticos, representações de um passado imaginário são replicadas, afetos são acionados e estimulados, memórias são recuperadas e criadas.

Ludicidade e Seriedade

No cenário multifacetado dos *videogames retrô*, podemos entender o consumo como o “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (CANCLINI, 2005, p.77). Nessa perspectiva, esse mercado de *videogames* não deve ser visto como o mero lugar de trocas de mercadorias, mas como um “território de interações, no qual espaços de escolhas, de diálogo entre sujeitos e de satisfações de necessidades materiais e culturais escrevem a complexidade da sociedade contemporânea” (BACCEGA, 2012, p.250).

Compreendemos que as práticas de consumo desse tipo de *videogame* engendram uma comunidade afetiva e semiótica que reflete e refrata o mundo social à sua maneira (BAKHTIN, 2002, p.33). Trata-se da constituição de um espaço social com fronteiras simbólicas mais ou menos definidas pelos seus membros de forma consciente e inconsciente. É um campo social relativamente autônomo em relação ao conjunto da sociedade em que memórias e afetos são compartilhados, objetos de valor são definidos, objetos são comprados, vendidos ou trocados, jargões e termos próprios se esboçam, define-se quem são as estrelas e quem são os obscurecidos, regras e troféus são determinados (MELLO; MASTROCOLA, 2016).

Neste âmbito, nos apropriamos em caráter exploratório de algumas reflexões de Bourdieu (2006, 2011, 2007) sobre a lógica das práticas e sobre a estrutura dos espaços sociais. Essencialmente, compreender o universo dos *videogames retrô* e clássicos como um jogo social significa considerar que estamos falando de um espaço social delimitado simbolicamente onde diversos jogadores agem conforme regras tácitas que definem quais são os objetos (troféus) que valem a pena ser almejados e conquistados ou quem está em uma posição de destaque conforme a posse desses objetos e de títulos simbólicos.

Ao jogarem os *videogames* do passado os jogadores experimentam algo inusitado e lúdico que de certa maneira tem o efeito de “romper” com a ordem habitual e rotineira do cotidiano. Para usar os termos definidos pelo historiador holandês Johan Huizinga em sua obra *Homo Ludens* ([1938] 2001, p.15-16), esses jogadores vivenciam uma espécie de “círculo mágico”: um espaço que acessado nos faz deixar para trás os problemas e aflições do dia a dia, mergulhando em um ambiente repleto de fantasia e entretenimento.

Desta forma, é desenhado um campo semântico e afetivo no qual se destaca os termos “interesse” e “investimento”, ambos a partir das noções de jogo e de *illusio* (BOURDIEU, 2011, p.139), e que se ligam também à noção de “entusiasmo” definida

antes neste texto: os jogadores que participam do universo dos *videogames retrô* e clássico se engajam e se prendem a esse universo porque admitem que se trata de algo interessante.

A noção de interesse “opõe-se à de desinteresse, mas também à de indiferença” (BOURDIEU, 2011, p.140). Aqui, o indiferente é aquela pessoa que não está engajada no universo dos videogames *retrô*. É alguém que não participa desse jogo social e por isso é incapaz de estabelecer diferenças: acha tudo igual, não encontra valor no ato. É a pessoa que por estar fora do contexto, tende a não entender a paixão com que entusiastas dos *videogames retrô* se dedicam; investindo grande parte de seus afetos e recursos.

Isso explica o desconforto ou desinteresse que alguém fora desse jogo social possa vir a sentir ao presenciar um evento como o *Dia do Videogame*. Para tal pessoa tudo pode soar fútil, sem valor, sem quaisquer pistas do porquê aqueles entusiastas falam com tanta empolgação e gastam tanto tempo, energia e recursos financeiros com jogos que foram lançados há cerca de 30 anos.

Podemos assim recorrer à noção de “investimento” em seu duplo sentido, psicanalítico e econômico (BOURDIEU, 2011, p.140): fazer parte do universo dos *videogames retrô* e clássicos demanda um investimento emocional e financeiro: gasta-se tempo, energia, paixão; na mesma medida é uma participação que implica gastar dinheiro para comprar este ou aquele jogo, comprar uma camiseta com temas de jogos antigos, comprar uma revista especializada etc.

Os entusiastas desse universo, na condição de apaixonados pelos jogos *retrô* e clássico, os tratam com uma seriedade que não se vê em alguém que está de fora – por exemplo, alguém que compra ou joga esses jogos de maneira casual, descompromissada e leve. Há uma seriedade na ludicidade.

Essa “seriedade lúdica” aparece também na fala de Jeferson, 42, dono de uma loja especializada em *videogames* clássicos e *retrô*. Sua ideia com a loja, conforme nos disse, é a de oferecer aos clientes uma experiência de compra que reconstrua o sentimento das locadoras de videogames da década de 1990. Segundo Jeferson, o papel da loja é ser um ponto de encontro onde as pessoas podem trocar suas lembranças e histórias dos *videogames* do passado. É um espaço constituído “na contramão do mercado” em que “não importa a pessoa ter grana para comprar”, e sim “ficar o dia inteiro fazendo social como na infância”; afinal, “cliente bom é aquele que vira amigo”.

À percepção economicista do mercado se contrapõe à comunidade afetiva na qual a paixão suplanta a necessidade de lucro financeiro. A partir das pesquisas de Bourdieu



(2001) sobre os campos da arte e da literatura, compreendemos que o universo desses jogos é atravessado pela lógica de uma espécie de “economia invertida”: ao contrário do campo da economia, em que é buscado a maximização dos lucros financeiros, os campos da arte e o universo dos *videogames retrô* e clássicos funcionam “mediante um recalçamento constante e coletivo do interesse propriamente ‘econômico’” (BOURDIEU, 2001, p.19).

A adesão apaixonada aos jogos do passado implica um esforço de preservação da presumida pureza desse universo tanto contra as ingerências do mercado quanto a entrada de pessoas que estão lá só “porque hoje em dia virou moda gostar de coisas antigas”, como diz um entrevistado. Com efeito, esse mesmo entrevistado qualifica Jeferson, o dono da loja especializada, como um “guerreiro”. A ideia de que se trata de uma luta confere a seriedade do ato lúdico, ainda que possa parecer “gratuito” para os que estão fora do universo, interessados em outras coisas.

A Escrita da História e os Afetos da Memória

É por tanto amarem e por tanto levarem a sério as memórias afetivas dos *videogames* que muitos *retrogamers* se engajam na tarefa de preservação e comunicação dessas memórias: face a um tempo cotidiano experimentado sob o signo da aceleração e da efemeridade, diante da inelutável passagem da história, esforços são constituídos para “não deixar a memória e a infância morrerem”, como nos relata um dos entrevistados.

Com efeito, Nora (1993, p.14) nos ensina que na medida em que a memória vivida no cotidiano vai desaparecendo por conta do ritmo da história, tanto mais é colocada a questão da criação “de suportes exteriores e de referências tangíveis de uma existência que só vive através delas”.

Nesse cenário temos a figura de Marcus Garret Chiado, que além de contribuir na organização de eventos e exposições, exerce o papel de conservação do passado como editor da revista Clube MSX⁶, e no e-book “Zeta Games: memórias de uma locadora nos anos 90”⁷.

⁶ Revista de periodicidade trimestral, voltada para colecionadores e entusiastas da clássica plataforma MSX de microcomputadores.

⁷ Disponível na URL <<https://www.playtoy.com.br/brinquedos-novos-livros-novos-livro-zeta-games-memrias-locadora-anos-p-45535.html>>. Acesso em 05/2021.



Em suma: os jogos e consoles clássicos, preservados pelos membros desse universo, servem como objetos de entretenimento (na medida em que são jogados pelas pessoas); servem como objetos mercantis (na medida que são vendidos e comprados); servem como elementos simbólicos que expressam identidades, afetos, pertencimentos e exclusões; e, finalmente, servem como expressões que encarnam concretamente as memórias de quem viveu as décadas de 1980 e 1990 cercado desses jogos e que têm a possibilidade de trazer o passado para as gerações mais novas – “que não tiveram a oportunidade de conhecer essa época”, como nos diz um dos frequentadores do evento.

Considerações Finais

Os relatos sobre a história de vida e dos *videogames* não deixam de escapar de um sentido teleológico e finalista. Nesse sentido, recorremos a Bourdieu (2011, p. 74-82) que chama tal ato de chama de “ilusão biográfica”. Quer dizer, essas narrativas se sustentam no pressuposto ilusório de que “a vida constitui um todo, um conjunto coerente e orientado, que pode e deve ser aprendido como expressão unitária de uma ‘intenção’ subjetiva e objetiva” (BOURDIEU, 2011, p.74).

Os *videogames*, consolidados como um dos pilares do entretenimento contemporâneo, reúnem diferentes audiências em suas fileiras e dá nítidos indícios de que esta indústria não vive somente dos lançamentos ou *blockbusters* mais recentes do mercado. Pelo contrário, a memória dos primórdios deste *hobby* se mantém viva e forte, como pudemos constatar pelas falas de nossos entrevistados.

Além do mais, muitas dessas falas e relatos buscam extrair sua autoridade narrativa por serem feitos por sujeitos que clamam terem vivido os acontecimentos relatados. É uma forma de reivindicação de lugar de fala que busca dar legitimidade tanto à história narrada quanto a quem narra. “Eu vi tudo isso acontecendo”, “Vi em primeira mão”, “É bom que a gente possa contar toda essa linda história para a garotada que não viu”, “Só quem viveu o começo dessa época é que sabe” são exemplos de frases presentes nas entrevistas que seguem a lógica do que Sarlo (2007), em outro contexto, qualifica como guinada subjetiva e testemunho da experiência.

Buscamos neste artigo evidenciar os aspectos comunitários que atravessam o universo examinado. Nesse sentido, usamos a teoria de campo de Bourdieu focando a constituição desse universo como espaço social relativamente autônomo. Não nos aprofundamos em uma das questões chave da teoria de campo que é a dimensão de luta



entre dominantes e dominados que constituem e são constituídas por práticas sociais específicas. O valor heurístico da teoria de campo permitiu o esboço do universo dos *videogames retrô* e clássicos em uma leitura que privilegiou a compreensão do jogo (*ludens*) como uma dinâmica de laços afetivos, afinidades e práticas comuns em uma sociedade marcada pela cultura da memória (HUYSSSEN, 2014).

Compreendemos que a leitura desse universo como um campo de práticas relativamente autônomas ao conjunto da sociedade nos ajuda a evitar estabelecermos uma transposição mecânica entre as práticas de rememoração e de consumo dos entusiastas dos jogos digitais clássicos e *retrô* e a crescente valorização do passado e da memória nas sociedades capitalistas contemporâneas. Embora compreendamos que o desejo pelo passado dos *videogames* deve grande parte de seu substrato no desejo coletivo por diferentes formas do passado (fomentado sobretudo pelos meios de comunicação e por interesses empresariais); entendemos que existem múltiplas dimensões individuais e singulares que não se reduzem à um nexos imediato entre a história de vida de cada um dos entrevistados e a cultura da memória em circulação em nossa sociedade.

Por fim, entendemos o campo dos *videogames retrô* e clássicos como um ambiente extremamente fértil para textos vindouros e que certamente iremos nos aprofundar mais em futuras pesquisas.

Referências

BACCEGA, Maria Aparecida. Inter-relações comunicação e consumo na trama cultural: o papel do sujeito ativo. **Animus**. Revista interamericana de comunicação midiática, Santa Maria (RS), v. 8, n.15, p. 107-122. jan./jun. 2009.

BACCEGA, Maria Aparecida. O consumo no campo comunicação/educação: importância para cidadania. In: ROCHA, Rose de Melo; CASAQUI, Vander (org.). **Estéticas midiáticas e narrativas do consumo**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012, p. 248-265.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Editora Hucitec; Annablume, 2002.

BOGOST, Ian. **Play anything: the pleasure of limits, the uses of boredom, & the secret of games**. New York: Basic Books, 2016.

BOSI, Ecléa. **O tempo vivo da memória: ensaios de psicologia social**. Cotia: Ateliê editorial, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **Raisons pratiques: sur la théorie de l'action**. Paris: Editions du Seuil, 1994.



BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens.** Rio de Janeiro: Zouk, 2006

BOURDIEU, Pierre. **Meditações pascalianas.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas.** Campinas: Papirus, 2011.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2005

CASTRO, Gisela. Comunicação e consumo nas dinâmicas culturais do mundo globalizado. **pragMATIZES** - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura, Rio de Janeiro, Ano 4, n.6, p. 58-71, março 2014.

CHAUI, Marilena. Laços do desejo. In: NOVAES, Adauto (org.). **O desejo.** São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 19-66.

EPINOSA, Bento. Ética demonstrada à maneira dos geômetras. In: CHAUI, Marilena (seleção de textos). **Os pensadores:** Espinosa. São Paulo: Abril Cultural, 1973 [1677], p. 69-299.

HUYSSSEN, Andreas. **Políticas de memória no nosso tempo.** Lisboa: Universidade Católica Editora, 2014.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens.** São Paulo: Perspectiva, 2001.

LECCARDI, Carmen. Por um novo significado do futuro mudança social, jovens e tempo. **Revista de sociologia da USP,** São Paulo v. 17, n. 2, p. 35-57, nov. 2005.

LE GOFF, Jacques. **História e memória.** Campinas: Editora da Unicamp, 2000.

MELLO, Felipe Correa de; MASTROCOLA, Vicente Martin. **Game cultura: comunicação, entretenimento e educação.** São Paulo: Cengage Learning, 2016.

MELLO, Felipe Correa de; MASTROCOLA, Vicente Martin. Identidade, nostalgia e memória afetiva no consumo de videogames retrô. **Interin,** (UTP), v. 24, n.2, p. 154-172, jul/dez. 2019.

NUNES; Monica Rebecca Ferrari; BIN, Marco Antonio. Retrofuturismo, espaço e corpo-mídia: steampunk e a memória do futuro. **Revista Famecos.** Mídia, cultura e tecnologia. Porto Alegre, v. 25, n. 2, maio, junho, julho e agosto de 2018

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História.** São Paulo: PUC-SP. N° 10, p. 12. 1993.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso - Princípios e procedimentos.** Campinas: Pontes, 2012.

PINTO, Júlio Pimentel. **Uma memória do mundo: ficção, memória e história em Jorge Luis Borges.** São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

SARLO, Beatriz. **Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva.** São Paulo: Cia das Letras, 2007.

TEIXEIRA, Ravena Olinda. **Felicidade e identidade: a resignificação da memória em Espinosa.** (Tese de doutorado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil, 2009.