

**Imprensa, videogames e exploração de trabalho:
os efeitos sobre as denúncias de *crunch* na indústria de games**

*Press, video games and labor exploitation:
the effects about the crunch's denunciations at the game industry*

Kennet Anderson da Cruz MEDEIROS¹

Resumo

Muitas vezes normalizado dentro dos ambientes de trabalho, o *crunch* na indústria de games é uma prática que explora desenvolvedores para além do limite de suas horas trabalhadas, causando sérios problemas na vida dessas pessoas como doenças mentais, desestabilizações familiares e abandono da carreira profissional. Entretanto, no decorrer dos anos, tal prática vem sendo cada vez mais visibilizada pelos veículos de comunicação, o que está gerando um sentimento de injustiça pelas comunidades de games e pressão pela mudança dessa cultura. Este artigo, portanto, aborda como o jornalismo especializado em videogames vem demonstrando um papel importante na denúncia do *crunch* e como sua atuação vem causando resultados significados, observáveis por meio de pesquisas de órgãos que tratam sobre a satisfação dos desenvolvedores.

Palavras-chave: Jornalismo de Videogames. Crunch. Exploração de Trabalho. Indústria de Games.

Abstract

Often normalized inside of the workplace, the crunch in the game industry is a practice that exploits developers beyond the limit of their worked hours, causing hard problems in the lives of these people such as mental illness, family destabilization and abandonment of their professional careers. However, over the years, the practice has been increasingly visible by the media, that is, it is generating a feeling of injustice by the gaming communities and pressure to change this culture. This article, therefore, addresses how journalism specializing in video games has been showing an important role in denouncing the crunch and how its performance has been causing significant results, observable through surveys of agencies that deal with developers' satisfaction.

Keywords: Video Game Journalism. Crunch. Labor Exploitation. Games Industry.

¹ Graduado em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: kennet.anderson96@hotmail.com

Introdução

Os videogames estão no mercado do entretenimento desde os anos 1970, envolvendo pessoas, gerando receitas bilionárias e, a cada ano, movimentando uma economia que sustenta evoluções digitais cada vez maiores. É uma indústria que, segundo aponta Santaella (2017, p. 3), engloba “uma série de conhecimentos – computação, arte, arquitetura, psicologia, semiótica, literatura, música, entre outros”, envolvendo uma mescla de competências profissionais e o surgimento de diversas comunidades em torno dessa tecnologia.

Somente em 2019, a indústria de videogames (o que inclui vendas de jogos, consoles e demais periféricos) teve uma receita de \$148.8 bilhões de dólares (WIJMAN, 2019). Todo esse mercado é feito sob um grande esforço criativo de milhares de trabalhadores. Embora não nos seja interessante entrar na discussão sobre o videogame ser arte ou não, uma coisa é certa: seu desenvolvimento depende de esforços mentais e criativos. São roteiros, jogabilidades, mecânicas, trilhas sonoras e motores gráficos que, na maioria das vezes, iniciam-se do zero. E, quando prontos, oferecem milhares de possibilidades aos jogadores.

No atual estágio do ambiente digital que vivenciamos, os jogos são capazes de nos introduzir a um mundo que, segundo Murrey (2003, p. 101), “leva-nos a um lugar onde podemos encenar nossas fantasias”. Essa característica, definida pela autora como Imersão, nos proporciona “a experiência de ser transportado para um lugar primorosamente simulado” (MURREY, 2003, p. 102), prazeroso e envolvente.

Contudo, muitas vezes, pouco nos importamos em saber sobre como esses produtos virtuais chegam a se materializar. Até o estágio de total finalização, onde os jogos são recebidos em nossos lares, com todo conforto que nossas casas podem nos oferecer, eles passam anos e anos sendo produzidos e desenvolvidos por trabalhadores em diversas situações de exploração.

Uma dessas, tema principal desse artigo, é o “*crunch*”. Palavra que, em tradução literal, significa algo como “triturar”, faz referência ao método que desenvolvedores são sugados para além do limite de suas horas normais de trabalho. Na maioria das vezes ocorre quando um game está em seu estágio final de desenvolvimento, entretanto são

inúmeros os casos que trabalhadores são colocados, diariamente, em situações de extremo estresse, levando-os a diversos problemas de saúde, financeiros e familiares.

De um entretenimento que proporciona o prazer a milhares de pessoas ao redor do mundo, a indústria do videogame também é constituída por uma idealização dominante de que seus trabalhadores devem dar a vida para atingir a perfeição e o sucesso de um jogo eletrônico. No decorrer dos anos, inúmeros desenvolvedores já relataram momentos em que tinham até 100 horas semanais de trabalho e, muitas vezes, eram chantageados caso abdicassem de tais atos. São os diversos casos e consequências do *crunch* que pretendemos abordar nesse artigo, porém, acima de tudo, queremos também observar em como isso vêm a público.

A imprensa de games, como sugere Delai (2018, p. 24), é um tipo de jornalismo que “trabalha na cobertura e na criação de matérias para um público consumidor de jogos eletrônicos”. Na maioria das vezes associada à produção de críticas, *reviews*², matérias sobre novidades, curiosidades, ou tópicos que, geralmente, não são considerados sérios pela sociedade em geral, “pode haver casos em que a escrita de jogos pode mergulhar em um território significativo, como instâncias de proteção ao consumidor ou demissões” (POIROT, 2019, p. 51)³.

Tais coberturas vêm ganhando cada vez mais atenção de sites especializados, principalmente aqueles situados em regiões centrais onde ocorre a produção de games. E, é a partir de relatos anônimos, conversas pessoais com desenvolvedores e denúncias, que temas como a cultura do *crunch* estão sendo divulgados ao redor do mundo.

Mas por que divulgar esses relatos? E quais os efeitos práticos de veicular essas ações? Thompson (2008) relata que as reivindicações e preocupações dos indivíduos visibilizadas na mídia adquirem um papel fundamental na criação de uma responsabilidade coletiva, movendo a sociedade em torno dos sentimentos de injustiça. Esse conceito, descrito pelo autor como a “Democratização da Responsabilidade”, é refletido na indústria de games porque as denúncias relacionadas à exploração de

² As *reviews* (ou, em português, também chamadas de “resenhas”) são textos de caráter crítico/explicativo sobre um produto já lançado, geralmente escrito por um especialista no assunto (no caso das *reviews* de games, são escritas por jornalistas especializados em videogames).

³ Do original: “While he noted that games may not be considered a serious topic, he noted that there can be instances in which games writing can delve into significant territory, such as instances of consumer protection or employment layoffs”.

trabalhadores acabam propiciando um estado mais alerta e vigilante das pessoas sobre o tema.

É uma responsabilidade social inata da imprensa, e que o jornalismo de games vem adotando aos poucos. E, além de tudo, está garantindo um avanço na mudança da mentalidade de trabalhadores e de grandes estúdios que viam no *crunch* uma prática necessária para o sucesso de seus jogos. Seja através de pesquisas de satisfação de desenvolvedores – realizadas por órgãos como o International Game Developers Association (IGDA) –, que demonstram uma diminuição dessa exploração e uma mudança na mentalidade dos desenvolvedores, ou através de ações de responsabilidade trabalhista por gerentes e CEO's, é possível de verificar uma relação significativa nas denúncias pela imprensa durante os anos, com uma pequena melhora nos ambientes de trabalho dessa indústria.

A cultura do *crunch*

Com a arrecadação de \$725 milhões de dólares em apenas três dias, em 2018, o jogo Red Dead Redemption 2 (RDR 2) teve a maior abertura de um produto de entretenimento na história (GURWIN, 2018, n.p.). Foi apenas um final de semana para garantir um lucro imenso em um jogo que durou oito anos para ser produzido. Contudo, toda essa margem de capital teve um preço enorme na vida de milhares de pessoas.

Alguns dias antes de seu lançamento, uma reportagem produzida pelo site de notícias especializado em videogames Kotaku denunciou uma cultura de exploração de trabalho presente durante toda a produção de RDR 2. A história descrevia a situação de dezenas de funcionários que, sobre extrema pressão psicológica, eram obrigados a cumprir cargas de até 100 horas por semana, ou seja, quase 14 horas por dia. Com medo de serem demitidos, ou até de terem seus créditos retirados do jogo, muitos submetiam-se ao *crunch*.

A chamada “cultura do *crunch*”, segundo a organização não governamental de suporte a saúde mental à indústria de games, Take This, é caracterizada como “períodos

de trabalho com longas horas além das tradicionais 40 horas semanais” (TAKE THIS, 2016, p. 4)⁴.

Embora a prática varie de caso para caso, Vanderhoef e Curtin (2016) observam que há um padrão para o abuso e exploração das empresas ao longo do ciclo de desenvolvimento de um título. Com vários estúdios atrelados a uma desenvolvedora principal, em várias regiões do mundo, acontece de que os trabalhadores de alguns desses locais acabam sendo menosprezados em relação a equipes principais.

Por exemplo, a maioria das lojas mantém uma equipe central esquelética durante a fase de pré-produção do desenvolvimento, quando as ideias são divididas, os protótipos construídos e os documentos de design escritos. Essas lojas, então, contratam mais funcionários à medida que o desenvolvimento avança, principalmente na forma de contrato de trabalho, que geralmente ganha menos do que os membros da equipe principal. (VANDERHOEF; CURTIN, 2016, p. 199)⁵

Em 2010, esposas de funcionários da Rockstar Games, desenvolvedora das séries dos jogos Red Dead Redemption e GTA, já denunciavam a prática de *crunch*. Com medo de retaliação, a carta aberta assinada anonimamente pelas “Rockstar Spouse” (2010) expuseram condições de trabalho deterioradas na equipe específica da Rockstar San Diego. A pressão e o estresse acumulado no trabalho, somado à falta de remuneração das horas extras, traziam diversos problemas mentais aos funcionários e à convivência com suas famílias.

A divergência nas condições de trabalho entre diferentes equipes da Rockstar Games ficou tão constante que, durante a produção do RDR 2, algumas pessoas entrevistadas pelo Kotaku relatavam que, no geral, “foi um projeto satisfatório” e “que estão felizes em trabalhar na Rockstar e adoram poder ajudar a criar alguns dos melhores jogos do mundo”, ao mesmo tempo que outros descreviam a experiência como

⁴ Do original: “With such complexities inherent in the medium, it is little surprise that the majority of those who make games often experience periods of working long hours beyond the traditional 40 hour weeks, or ‘crunch’”.

⁵ Do original: “For instance, most shops maintain a skeletal core staff during the preproduction phase of development when ideas are hashed out, prototypes built, and design documents written. These shops then hire more staff as development progresses, largely in the form of contract labor, who generally earn less than core staff members”.

“difícil, que lhes custou amizades, tempo para a família e saúde mental” (SCHREIER, 2018, n.p.)⁶.

Num cenário simples e ideal, Schreier (2016) aponta que o *crunch* é realizado como última opção após a necessidade de mudanças bruscas em um determinado jogo, a fim de evitar atrasos de lançamento. Nesse caso, a prática poderia ser realizada, hipoteticamente, devido aos "cabeças" das equipes de desenvolvimento não quererem solicitar tempo ou recursos adicionais às empresas *publishers*⁷, com medo de cancelamento do projeto e dispensação da equipe.

Entretanto, num cenário mais comum, "muitos produtores e diretores veem as horas extras obrigatórias não como um plano de contingência, mas como uma parte natural do desenvolvimento de jogos, a ser regularmente usada como uma maneira de reduzir custos e criar os jogos mais ambiciosos nos horários mais curtos" (SCHREIER, 2016, n.p.)⁸.

De acordo com um desenvolvedor de videogames anônimo, que denunciou práticas de *crunch* sofridas ao Kotaku,

Crunch é sempre que um projeto deve ser revisado pela gerência. *Crunch* é sempre que surge um problema que impede que outras pessoas trabalhem. *Crunch* é sempre que um *publisher* decide que deseja ver algo agora ou deseja novos recursos que não foram planejados anteriormente. *Crunch* é quando qualquer feira ou artigo requer uma demo / trailer / screenshots / que você dê um nome àquilo. *Crunch* é depois que o público vê o conteúdo de PRÉ-LANÇAMENTO e começa a destruir algo que não está concluído... *Crunch* não é incomum. É a norma. (SCHREIER, 2016, n.p.)⁹

⁶ Do original: “For some people at Rockstar, it was a satisfying project, an ambitious game that took reasonable hours and far less crunch than the company’s previous games. Many current employees say they’re happy to work at Rockstar and love being able to help make some of the best games in the world. Others described Red Dead 2 as a difficult experience, one that cost them friendships, family time, and mental health”.

⁷ Empresa que publica no mercado um jogo eletrônico produzido anteriormente por ela mesma, ou produzido por uma outra desenvolvedora, sob a responsabilidade de gerenciar a comercialização e o marketing do produto.

⁸ Do original: “In the world of video games, many producers and directors see mandatory overtime not as a contingency plan but as a natural part of game development, to be regularly used as a way to cut costs and make the most ambitious games on the shortest schedules”.

⁹ Do original: “Crunch is any time a project is due for review by management. Crunch is any time an issue comes up that prevents other people from working. Crunch is any time a publisher decides they want to see something now or wants new features that weren’t planned previously. Crunch is when any trade show or article requires a demo/trailer/screenshots/you name it. Crunch is after the public sees said

Durante os anos, o que era consenso de ser uma prática momentânea, utilizada apenas para finalizar um produto no tempo hábil à sua data oficial de lançamento ou ao ano fiscal¹⁰ das empresas de videogames, o *crunch* passou a seguir uma lógica de mercado em que “as indústrias de mídia [...] vasculham o mundo em busca de vantagens de custos, subsídios do governo e mão-de-obra barata e compatível que podem reduzir os custos de produção em filmes de grande sucesso, produções televisivas e jogos digitais.” (VANDERHOEF; CURTIN, 2016, p. 197-198)¹¹

A cada momento que essa prática vai sendo implantada no dia a dia dos trabalhadores uma cultura de glamourização torna-se a lei. De acordo com Schreier (2016), funcionários mais jovens, que iniciam suas carreiras no desenvolvimento de jogos acabam aceitando as longas jornadas de trabalho e as pressões por produtividade como uma “paixão” pelo que fazem.

A cultura de fazer isso parecer “legal” é tão significativa dentro das empresas, que, em 2018, próximo ao lançamento de RDR 2, o co-fundador da Rockstar Games, Dan Houser, disse abertamente em uma entrevista que “estávamos trabalhando 100 horas por semana” (GOLDBERG, 2018, n.p.)¹². Tal atitude levou milhares de desenvolvedores a protestarem contra tal visão e a denunciarem, via sites especializados como o Kotaku, o quanto o *crunch* é normalizado.

Alguns desenvolvedores dizem que se sentiram compelidos a ficar horas extras no escritório só porque outras pessoas estavam fazendo isso também. Vários me disseram que não conseguiam ignorar a noção de que mais horas equivalem diretamente a jogos de qualidade superior - afinal, mais horas significam mais trabalho, o que significa mais recursos, aprimoramento e testes. (SCHREIER, 2016, n.p.)¹³

PRE-RELEASE content and starts tearing apart something that's not finished... Crunch is not uncommon. It is the norm”.

¹⁰ O ano fiscal refere-se ao período de crescimento e sucesso de uma empresa. Geralmente, ocorrendo em períodos trimestrais, essas empresas apresentam valores e resultados financeiros aos seus investidores no intuito de revelar as ações de lucro durante esse tempo e planejar os próximos investimentos.

¹¹ Do original: “The media industries [...] scour the globe for cost advantages, government subsidies, and cheap, compliant labor that can trim production costs on blockbuster feature films, television productions, and digital games”.

¹² Do original: “We were working 100-hour weeks”.

¹³ Do original: “Some developers say they’ve felt compelled to stay extra hours at the office just because other people were doing it too. Several told me they just couldn’t shake the notion that more hours directly equate to higher-quality games—after all, more hours means more work, which means more features, polish, and testing”.

E, as consequências disso, segundo relatório da Take This (2016), são inúmeras. Uma das primeiras questões apresentadas pela organização é de que as horas trabalhadas afetam principalmente a saúde mental e física dos desenvolvedores. Tal fato, além de ser problemático às pessoas, acaba prejudicando também as próprias empresas, por levarem seus funcionários a se tornarem “menos felizes e, portanto, menos produtivos. Pesquisas mostram que funcionários descontentes são 12% menos eficazes do que aqueles que têm um equilíbrio confortável entre trabalho e vida pessoal” (TAKE THIS, 2016, p. 8)¹⁴.

A segunda consideração é com relação a família. De acordo com a Take This (2016), desenvolvedores com cônjuges ou filhos os veem com menos frequência. Tal questão acaba por contribuir com uma terceira consequência: após passarem por *crunch*, muitos desenvolvedores desistem de seguir carreira na indústria de games. Com isso, grandes produtores, que fizeram produtos aclamados no mundo inteiro, chegam a se aposentar ou mudar de área profissional.

Alguns falam de noites dormindo no escritório; de passar semanas sem ver suas famílias; de perder amizades e relacionamentos por causa de intermináveis horas extras não remuneradas. Alguns dizem que o *crunch* os afastou da indústria de videogames. Alguns dizem que fizeram votos para nunca trabalhar mais de 10 horas por dia (SCHREIER, 2016, n.p.)¹⁵

A prática do *crunch*, e sua cultura de medo e normalização, vem se espalhando dentro de empresas de videogames há muitos anos. Entretanto, mesmo que tal prática passe despercebida aos olhos da maioria dos consumidores, já que ocorrem dentro de empresas com políticas rígidas de controle de informações, organizações e veículos de comunicação tentam, a cada momento, denunciar uma indústria em que a “instabilidade e insegurança são, portanto, a norma para a maioria dos trabalhadores” (VANDERHOEF; CURTIN, 2016, p. 199)¹⁶.

¹⁴ Do original: “These sacrifices can take a toll on developers’s mental and physical health, ultimately making them less happy and therefore less productive. Research shows unhappy employees are 12% less effective than those who have a comfortable work/life balance.”

¹⁵ Do original: “Some speak of nights sleeping in the office; of going weeks without seeing their families; of losing friendships and relationships because of endless unpaid overtime. Some say crunch drove them away from the video game industry. Some say they’ve taken vows to never work more than 10 hours a day”.

¹⁶ Do original: “Instability and insecurity are therefore the norm for most workers, and mass layoffs are standard practice following a product launch”.

A publicização da mídia

Thompson (2008, p. 213) observa que, no atual estágio da modernidade, a maioria dos veículos de comunicação são regidos por uma teoria classificada como “a publicidade mediada”. De acordo com esse modelo, as atuais formas de publicização de informações e debates públicos sobre um determinado assunto ocorrem, principalmente, por intermédio da mídia. Diferente dos métodos tradicionais de discussão pública, a exemplo das polis da Grécia antiga, a publicidade mediada é um espaço não materializado fisicamente, onde se travam as lutas por se fazer ver e ouvir.

Já que na publicidade mediada os produtores e receptores, na cadeia de comunicação, não dialogam diretamente uns com os outros, pois desempenham papéis assimétricos nesse processo, os veículos de comunicação detêm de uma responsabilidade social altamente influente no campo do debate público.

O desenvolvimento dos movimentos sociais, como o movimento das mulheres e o movimento dos direitos civis, fornece amplo testemunho de que as reivindicações de grupos até então subordinados ou marginalizados só se conquistam através de lutas pela visibilidade na mídia. A evolução de tais movimentos também comprova o fato de que, ao conquistar algum grau de visibilidade na mídia, as reivindicações e preocupações de indivíduos particulares podem ter algum reconhecimento público, e por isso podem servir como um apelo de mobilização para indivíduos que não compartilham o mesmo contexto temporal-espacial. (THOMPSON, 2008, p. 215)

Assim, as imagens e informações veiculadas pela mídia desempenham um profundo efeito no sentimento de injustiça no dia a dia da sociedade. É com isso que “a mídia pode politizar o cotidiano tornando-o visível e observável em maneiras que antes não eram possíveis e, portanto, tornando os eventos quotidianos um catalisador para ações que vão muito além dos locais imediatos onde ocorrem” (THOMPSON, 2008, p. 215).

Tal responsabilidade pode ser representada nas diversas formas de publicização de informações em sites de videogames que chegam a abordar as explorações trabalhistas decorrentes do *crunch* na indústria. Embora muitas empresas controlem o acesso a informações internas sobre o ambiente de trabalho, é através da publicidade mediada que o jornalismo especializado torna visível e observável tais práticas dentro

de uma agenda pública, mobilizando indivíduos fora da lógica produtiva dos jogos para se posicionarem sobre tal tema.

Mas, se as informações são tão controladas assim, como que tal imprensa consegue se apropriar dela? Hanson e Hunter (2013, p. 38) ressaltam que “as informações mais animadoras normalmente não estão em fontes abertas – e sim nas mentes das pessoas”. São pessoas envolvidas diretamente em histórias que, muitas vezes temerosas por retaliações, oferecem dados e informações anonimamente por estarem “sentindo uma dor e precisam terrivelmente que alguém as auxilie. Em geral, a dor é mais forte do que o orgulho, e é por isso que as primeiras pessoas que falam na maioria das investigações são vítimas” (HANSON; HUNTER, 2013, p. 40).

Ao produzir a reportagem que trazia a série de relatos denunciando as práticas de *crunch* dentro da Rockstar Games, durante o desenvolvimento de RDR 2, o jornalista Jason Schreier afirmava que toda a história foi baseada em entrevistas com funcionários e ex-funcionários, através de telefone, e-mail e mensagens, nos quais a maioria pedira anonimato. E, embora a empresa tivesse dito ao jornalista que liberava todos os funcionários a falarem abertamente sobre suas experiências de trabalho, havia um forte controle sobre as histórias que fossem ser relatadas, o que deixava os trabalhadores temendo retaliações.

Fazia frio na quinta-feira passada, quando fui ao escritório da Rockstar no SoHo, Manhattan, a convite da empresa. [...] O que se seguiu foi uma das experiências mais estranhas de entrevistas que já tive. O chefe de relações públicas e comunicações da Rockstar, Simon Ramsey, sentou-se comigo em uma mesa na sala de conferências do quarto andar. Ramsey disse que conversaríamos por vídeo com funcionários de todo o mundo e, após alguns breves problemas técnicos, nos deparamos com duas caixas na tela. Em uma caixa, à esquerda, dois funcionários estavam sentados em um sofá na Rockstar New England. Em outra caixa, à direita, três funcionários da Rockstar North também estavam sentados em um sofá. Todos usavam roupas casuais, algumas adornadas com logotipos e slogans do Red Dead Redemption. Trocamos apresentações rápidas e, em seguida, tive a liberdade para entrevistá-los sobre seus equilíbrios entre a vida profissional e as experiências difíceis. Todos os cinco. De uma vez só. (SCHREIER, 2018, n.p.)¹⁷

¹⁷ Do original: “It was cold last Thursday when I went down to Rockstar’s office in SoHo, Manhattan at the company’s invitation. [...] What followed was one of the strangest interview experiences I’ve ever had. Rockstar’s head of PR and communications, Simon Ramsey, sat with me at a table in a fourth-floor conference room. Ramsey said we’d be video-chatting with staff from all across the world, and after some brief technical issues, we were faced with two boxes on a screen. In one box, on the left, two employees sat on a couch at Rockstar New England. In another box, on the right, three Rockstar North employees

Mesmo no atual estágio da internet, onde as pessoas têm a sua disposição diversas ferramentas de comunicação e interação *online*, possíveis de serem utilizadas para a realização de denúncias anônimas, veículos de comunicação ainda desempenham um papel fundamental na publicização dessas informações e “na formação de um sentido de responsabilidade pelo nosso destino coletivo” (THOMPSON, 2008, p. 227).

Tal exercício, que Thompson (2008, p. 227) classifica como a “democratização da responsabilidade”, gera um sentimento coletivo de preocupação, culpa e tristeza da sociedade pelos indivíduos afetados diretamente em casos de exploração e comoção pública. Segundo o autor, mesmo que esses sentimentos não possam significar uma reflexão prático-moral sobre essas comoções, a difusão das informações e imagens pela mídia incentivam a responsabilidade, principalmente, por aqueles que não compartilham das mesmas condições de vida.

Os efeitos da midiatização

Um dos jogos mais populares do mundo, o Fortnite, teve sua cultura de *crunch* explanada em 2019 após uma série de denúncias feitas anonimamente para o site Polygon. Entretanto, além da cultura de medo, que também era implantada pela Epic Games, desenvolvedora do jogo, em que os funcionários temiam serem demitidos ou não terem contratos renovados, as denúncias realizadas através do Polygon também apontavam o *crunch* realizado nos jogos de serviços.

Jogos de serviços, ou *games as a service*, são jogos em constante atualização de conteúdo. Nesse tipo de entretenimento, ao invés dos desenvolvedores criarem um jogo do zero, eles criam novos tipos de conteúdo adicionáveis para os jogadores. No caso de Fortnite, por exemplo, são adicionadas *skins*¹⁸, eventos rotineiros e mudanças no mapa. Embora pareça um trabalho “mais leve”, o problema disso é que, constantemente, há prazos mais apertados para os desenvolvedores entregarem esses conteúdos às comunidades, causando um *crunch* sem limites.

also sat on a couch. They all wore casual clothes, some adorned with Red Dead Redemption logos and slogans. We exchanged quick introductions, and then I was given free rein to interview them about their work-life balances and crunch experiences. All five of them. At once.”

¹⁸ Visuais alternativos para personagens de um jogo.

As denúncias relatadas através da matéria do Polygon, e sua repercussão negativa entre a comunidade de jogadores do Fortnite, foram tão significativas que, após o ocorrido, a Epic Games anunciou, além das férias de inverno, pausas obrigatórias para toda equipe de desenvolvimento (HERNANDEZ, 2019, n.p.). Tal atitude faz parte de uma série de medidas que empresas vêm tomando, ao longo dos anos, para estabilizar imagens negativas quando exercem o *crunch*.

Além da Epic Games, outro exemplo disso são os novos redirecionamentos das políticas de administração dentro da Rockstar Games, também fortemente criticada como já apontado. Desde as denúncias e pressões sobre os casos na produção do RDR 2, a empresa vem adotando algumas medidas como: efetivar e aumentar salários dos funcionários *game-testers*¹⁹ (que na época trabalhavam sob contrato temporário, em *crunch*, e sem horas-extras); flexibilizar horários de desenvolvedores em alguns estúdios; promover treinamentos em gestão e liderança; realizar pesquisas anônimas para coletar *feedbacks* dos funcionários; e atualizar regulamente os desenvolvedores sobre o futuro dos jogos e da empresa. (SCHREIER, 2020, n.p.)

"Gostaria que você estivesse lá [em 2018] para ouvir o suspiro de alívio global quando as pessoas descobriram que as horas extras se tornaram opcionais", disse um testador da Lincoln em um e-mail no ano passado. Um segundo disse que "a Rockstar tem sido muito melhor" desde a reportagem do Kotaku sobre as condições de trabalho no estúdio. (SCHREIER, 2020, n.p.)²⁰

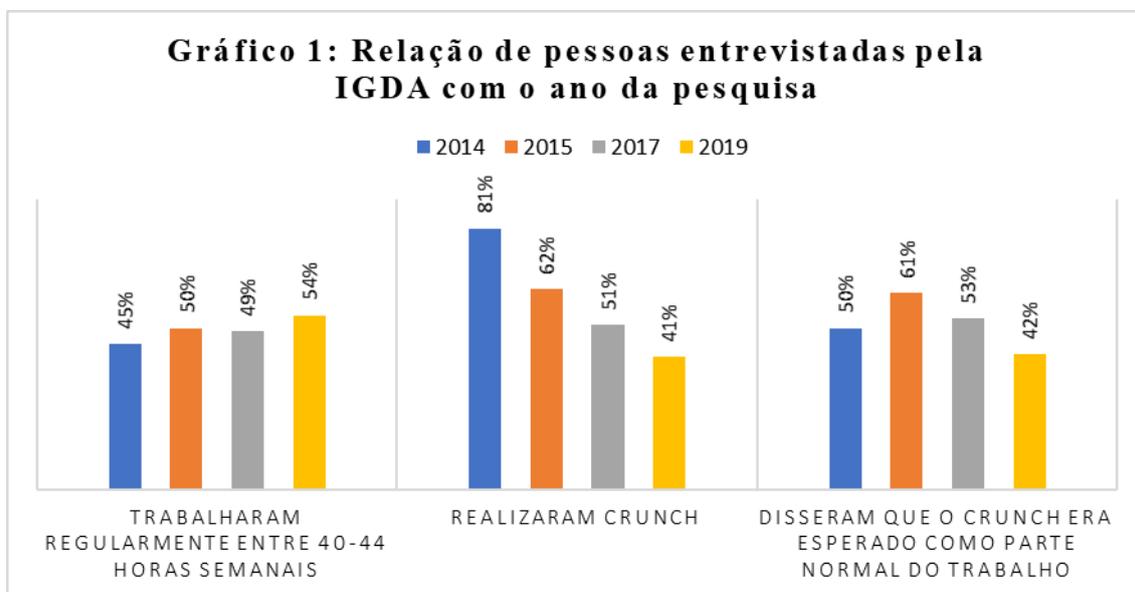
Durante os anos, foram diversas as grandes empresas que tiveram expostas suas culturas de *crunch* e que foram pressionadas a reconhecerem as práticas e a adotarem medidas para minimizá-las, como também fizeram a BioWare (WALES, 2019) e a Respawn (WEBSTER, 2019).

A International Game Developers Association (IGDA), órgão que costuma realizar pesquisas estatísticas de satisfação do desenvolvedor de games, relata, desde 2014, as opiniões e experiências dos trabalhadores nessa indústria. E, com passar dos anos, é possível de se observar uma grande mudança na mentalidade desses

¹⁹ Pessoas responsáveis por encontrar qualquer tipo de falha que possa comprometer o funcionamento de um jogo.

²⁰ Do original: "I wish you were there [in 2018] to hear the global sigh of relief when people learned that overtime became optional," one Lincoln tester told me in an email last year. A second said that "Rockstar have been a lot better" since Kotaku's reporting on work conditions at the studio".

funcionários sobre a normalização do *crunch* e o quanto eles são submetidos a isso, comparado com o tempo em que tal prática foi ficando cada vez mais visibilizada nos veículos de comunicação e no debate público.



Fonte: IGDA.

O número de desenvolvedores que trabalham numa carga horária regular entre 40 e 44 horas por semana, por exemplo, teve um aumento considerável de 45%, em 2014, para 54%, em 2019. Tal mudança é pequena, levando em consideração que ainda quase metade deles podem trabalhar mais que isso, porém demonstra uma tendência das empresas de videogames em adotar horas regulares de trabalho.

Entretanto, quando o assunto perguntado é sobre o *crunch*, o número de pessoas que passaram por isso diminuiu consideravelmente durante os anos, indo de 81%, em 2014, para 41%, em 2019. Tal questão, segundo já observamos, é decorrente da série de denúncias públicas midiáticas e, conseqüentemente, do sentimento de justiça pela comunidade de games, que trazem às empresas uma imagem negativa de propagadora de uma cultura de exploração de trabalho. O resultado é um olhar mais vigilante sobre essas práticas, e uma tendência da indústria em diminuí-las.

A última informação que nos chama atenção nas pesquisas da IGDA é com relação ao sentimento de *crunch* por parte dos desenvolvedores. É perceptível que, embora haja uma variação entre 2014 e 2015, nos anos seguintes de pesquisa houve uma considerável baixa quanto ao número de pessoas que esperavam essa prática como

algo normal do ambiente de trabalho. Ou seja, todo debate público sobre o tema também serviu para trazer reflexões aos desenvolvedores sobre a normalização do *crunch*, e o quão saldável é se colocar (ou colocar, indiretamente, um colega de trabalho) numa situação de exploração trabalhista.

O *crunch* na indústria de videogames, mesmo que ainda seja comum atualmente, está sendo supervisionado constantemente pelos jornalistas e pela comunidade que faz parte dessa indústria. Se, antes, CEO's, a exemplo de Dan Houser, tratavam o assunto com orgulho, hoje a prática é vista mais como preocupação. Seja na gradual mudança de mentalidade por parte dos desenvolvedores, ou na visão das empresas do quanto isso pode ser prejudicial até em seus negócios, a sutil exploração trabalhista sob o diferente nome de *crunch* vem, aos poucos, ficando com seu status cada vez mais obsoleto e defasado.

Considerações finais

Sendo uma prática que afeta milhares de trabalhadores com relação a saúde mental e ao convívio familiar, o *crunch* na indústria de videogames é um importante tema para avaliar o quão saudável é a normalização do excesso de trabalho, comumente empregado nas empresas de tecnologia. Seja por meio do pensamento individual em trabalhar mais para ter um maior retorno profissional, ou por meio da cultura de medo implantada nos ambientes de trabalho, tal forma de exploração vem entrando aos poucos nos debates públicos.

Mesmo que as mudanças nesse cenário venham ocorrendo de forma lenta e gradual, durante os anos, é possível perceber que todo o debate está provocando uma pressão nas empresas em adotarem posturas cada vez mais responsáveis com seus trabalhadores. Seja por meio de intervalos obrigatórios ou por meio do pagamento de horas-extras, o resultado dessas pequenas medidas já se mostra claro: uma diminuição do *crunch* em 40%, de acordo com a IGDA, nos últimos seis anos.

Sobre os principais fatores que estão influenciando essas mudanças, alguns podem supor que, numa era de convergências digitais, onde todos têm poder de disseminar informações de forma independente, as comunidades e os agentes desses conflitos são os principais responsáveis. Entretanto, levando em consideração esse ponto de vista, porque a Rockstar Games não deu tanta atenção ao *crunch*, ou mudou

radicalmente suas políticas de desenvolvimento, quando as “Rockstar Spouse” (2010) apresentaram suas denúncias independentemente de uma grande repercussão midiática?

Da mesma forma, anos antes desse ocorrido, Erin Hoffman, desenvolvedora e esposa do programador Leander Hasty, também já tinha vindo a público anonimamente para denunciar o *crunch* na empresa Electronic Arts (EA). E, também através de uma publicação *online*, tal atitude não chegou nem perto de transformar o ambiente de trabalho da EA.

Claro, nossa intenção não é desmerecer essas denúncias. Todas as cartas anônimas publicadas de forma independente na internet sempre tiveram seu ponto de importância durante toda essa história de *crunch*. Seja iniciando o debate sobre a exploração nessa indústria, ou até movimentando ações trabalhistas, a questão é que, na maioria das vezes, há um arrefecimento do tema após as empresas e seus funcionários entrarem em acordos judiciais.

Porém, quando falamos da repercussão dada através dos meios midiáticos, um público ainda maior é atingido para demonstrar seu descontentamento com essas práticas. E, como resultado, as pressões para as mudanças efetivas dentro desses ambientes de trabalho são cada vez mais fortes.

Falar sobre o papel do público nesse cenário, inclusive, é uma questão ainda muito discutida, pois mesmo que haja uma vontade em protestar sob a forma de boicotes, por exemplo, “aqueles que colocam longas semanas no jogo querem que as pessoas vejam o que fizeram” (SCHREIER, 2018, n.p.)²¹. No geral, cabem aos trabalhadores organizarem laços sindicais para acompanhar casos de *crunch*, e às empresas em entender sua responsabilidade social nesse cenário. Mas, nesse processo de reflexão, iniciativa e mudança entre ambos os lados, os veículos de comunicação se demonstram fundamentais por ajudar a “estimular e a aprofundar um sentido de responsabilidade” (THOMPSON, 2008, p. 227).

Comparado a imprensa tradicional, o jornalismo de videogames ainda é recente no cenário de produção de notícias, e, por isso, é comum de também sofrer problemas quanto sua ética e sua credibilidade. Como aponta Boaventura (2014, p. 381), tal jornalismo “encontrou na internet um local onde pode desenvolver com menos dependência, mas, no processo, encontrou dificuldades que o jornalismo como um todo

²¹ Do original: “For one, those who put long weeks into the game want people to see what they’ve done”.

enfrenta, bem como uma crise de valorização profissional que questiona a importância e a necessidade do ofício jornalístico.”

Entretanto, ainda é possível de se ver práticas vigilantes sob a indústria de videogames que, pelo fato de ainda carregar estigmas de entretenimento infantil, tratam seus funcionários sem a seriedade merecida. Assim como nas diversas formas de jornalismo, o especializado em games também detém seu papel na prestação de informações à uma audiência, segundo os direitos e necessidades dela, pois “falar em imprensa livre é falar numa prática de comunicação social historicamente forjada pela modernidade que organiza o espaço público, o Estado e o mercado, segundo o primado dos direitos do cidadão” (BUCCI, 2000, p. 18).

Referências

BOAVENTURA, João Pedro. Serebii Confirmed: Furos Jornalísticos na Imprensa de Games. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE GAMES E ENTRETENIMENTO DIGITAL – SBGAMES, 13., 2014, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: PUCRS, 2014, p. 376-382. Disponível em:

<http://www.sbgames.org/sbgames2014/files/papers/culture/full/Cult_Full_Serebii%20Confirmed.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2020.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

DELAI, Luis Eduardo. **Crítica Jornalística de jogos: uma análise dos sites IGN Brasil, Voxel e The Enemy**. 2018. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social, Associação Educacional Luterana Bom Jesus/Ielusc, Joinville, 2018.

EDWARDS, Kate. *et al.* **Developer Satisfaction Survey 2014: Summary Report**. Toronto: International Game Developers Association – IGDA, 2014. Disponível em: <<https://igda.org/resources-archive/developer-satisfaction-survey-summary-report-2014>>. Acesso em: 16 mar 2020.

GOLDBERG, Harold. **How the west was digitized: The making of Rockstar Games' Red Dead Redemption 2**. Em inglês. 14 out. 2018. Disponível em: <<https://www.vulture.com/2018/10/the-making-of-rockstar-games-red-dead-redemption-2.html>>. Acesso em: 05 mar. 2020.

GURWIN, Gabe. **Red dead redemption 2 achieves biggest opening weekend in entertainment history**. Em inglês. 30 out. 2018. Disponível em: <<https://www.ign.com/articles/2018/10/30/red-dead-redemption-2-achieves-biggest-opening-weekend-in-entertainment-history>>. Acesso em: 05 mar. 2020.

HANSON, Nils; HUNTER, Mark Lee. O Recurso às Fontes Humanas. In.: HUNTER, Mark Lee (Org.). **A investigação a partir de histórias**: um manual para jornalistas investigativos. Montevideu: UNESCO, 2013, p. 37-52.

HERNANDEZ, Patricia. **Fortnite's developers are taking a two-week break — but the game isn't**. 21 jun. 2019. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2019/6/21/18693475/fortnite-two-week-break-content-update-studio-close-epic-games-crunch>>. Acesso em: 11 mar. 2020.

MURREY, Janet. **Hamlet no holodeck**. Tradução: Elissa Khoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

POIROT, Severin J. **The self-perception of video game journalism**: interviews with games writers regarding the state of the profession. 127 f. Dissertation (Degree of Doctor of Philosophy) - Gaylord College of Journalism and Mass Communication - University of Oklahoma, Norman, Oklahoma, 2019.

SANTAELLA, Lucia. Game Art no Contexto da Arte Digital. **Dossiê**: games: design, arte e tecnologia. DATJournal, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 3-14, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.29147/2526-1789.DAT.2017v2i1p2-13>>. Acesso em: 29 abr. 2020.

SCHREIER, Jason. **The horrible world of video game crunch**. Em inglês. 26 set. 2016. Disponível em: <<https://kotaku.com/crunch-time-why-game-developers-work-such-insane-hours-1704744577>>. Acesso em: 05 mar. 2020.

SCHREIER, Jason. **Inside rockstar games' culture of crunch**. 23 out. 2018. Disponível em: <<https://kotaku.com/inside-rockstar-games-culture-of-crunch-1829936466>>. Acesso em: 03 fev. 2020.

SCHREIER, Jason. **18 months after red dead redemption 2, rockstar has made big cultural changes**. Em inglês. 15 abr. 2020. Disponível em: <<https://kotaku.com/18-months-after-red-dead-redemption-2-rockstar-has-mad-1842880524>>. Acesso em: 15 abr. 2020.

SPOUSE, Rockstar. **Wives of rockstar san diego employees have collected themselves**. 07 jan. 2010. Disponível em: <https://www.gamasutra.com/blogs/RockstarSpouse/20100107/4032/Wives_of_Rockstar_San_Diego_employees_have_collected_themselves.php>. Acesso em: 05 mar. 2020.

TAKE THIS. **Crunch hurts**: How unmitigated overwork harms employee health, productivity, and your studio's bottom line. 1., 2016, North Carolina. Disponível em: <<https://www.takethis.org/programs/industry-research/crunch-hurts>>. Acesso em: 16 mar 2020.

THOMPSON, John Brookshire. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

VANDERHOEF, John; CURTIN, Michael. The Crunch Heard 'Round the World: The Global Era of Digital Game Labor. In.: BANKS, Miranda; CONOR, Bridget; MAYER,

Vicki (Orgs.). **Production Studies, The Sequel!** Cultural Studies of Global Media Industries. New York: Routledge, 2016, p. 196-209.

WALES, Matt. **Bioware's casey Hudson tells staff that solving studio's problems is "top priority"**. Em inglês. 04 abr. 2019. Disponível em:

<<https://www.eurogamer.net/articles/2019-04-04-biowares-casey-hudson-tells-staff-that-solving-studios-problems-is-top-priority>>. Acesso em: 11 mar. 2020.

WEBSTER, Andrew. **Respawn won't rush apex legends updates so that it can 'avoid crunch'**. 25 abr. 2019. Disponível em:

<<https://www.theverge.com/2019/4/25/18516424/apex-legends-respawn-avoid-crunch-content-updates-speed-game-industry-overwork>>. Acesso em: 11 mar. 2020.

WIJMAN, Tom. **Newzoo adjusts global games forecast to \$148.8 billion; slower growth in console spending starts sooner than expected**. 19 de nov. 2019. Disponível em:

<<https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-adjusts-global-games-forecast-to-148-8-billion-slower-growth-in-console-spending-starts-sooner-than-expected/>>. Acesso em: 29 de jan. 2020.

WESTSTAR, Johanna. LEGAULT, Marie-Josée. **Developer satisfaction survey 2015: Summary Report**. Toronto: International Game Developers Association – IGDA, 2015.

Disponível em: <<https://igda.org/resources-archive/developer-satisfaction-survey-summary-report-2015>>. Acesso em: 16 mar 2020.

WESTSTAR, Johanna. O'MEARA, Victoria. LEGAULT, Marie-Josée. **Developer satisfaction survey 2017: Summary Report**. Toronto: International Game Developers Association – IGDA, 2017.

Disponível em: <<https://igda.org/resources-archive/developer-satisfaction-survey-summary-report-2017>>. Acesso em: 16 mar 2020.

WESTSTAR, Johanna. KWAN, Eva. KUMAR, Shruti. **Developer satisfaction survey 2019: Summary Report**. Toronto: International Game Developers Association – IGDA, 2019.

Disponível em: <<https://igda.org/resources-archive/developer-satisfaction-survey-summary-report-2019>>. Acesso em: 16 mar 2020.