



APESAR DE VOCÊ, COMPREI UM ATARI: O CONTEXTO HISTÓRICO DA CHEGADA DOS VIDEOGAMES AO BRASIL

Despite you, I bought an Atari: the historical context of the arrival of video games in Brazil

A pesar de ti, compré un Atari: el contexto histórico de la llegada de los videojuegos a Brasil

Everton Garcia da Costa¹
Pedro Haas Zanotto²

Resumo: O Brasil é um dos principais mercados consumidores de jogos eletrônicos no mundo, tanto no que diz respeito ao número de jogadores, como também em valores movimentados. À luz desse cenário de destaque ocupado pelo país, o objetivo deste artigo foi retomar aspectos históricos que marcam a chegada dos videogames no território brasileiro, que se deu num momento de instabilidade política e econômica. O argumento defendido é o de que a Lei da Reserva de Mercado, a qual proibiu a importação de equipamentos eletrônicos, de certa forma conseguiu induzir a produção nacional de eletrônicos, mas não da forma como planejado: a proibição, na verdade, foi o catalisador para o surgimento de um mercado paralelo, ancorado no método de engenharia reversa, que impulsionou a cultura de videogames no Brasil.

Palavras-chave: Videogames. Brasil. Reserva de mercado. Governo Militar.

Abstract: Brazil is one of the main consumer markets for video games in the world, both in terms of the number of players and in terms of spending. In light of this prominent scenario occupied by the country, the objective of this article was to revisit historical aspects that mark the arrival of video games in Brazilian territory, which occurred at a time of political and economic instability. The argument defended is that the Market Reserve Law, which banned the import of electronic equipment, somehow managed to induce national production of electronics, but not in the way planned: the ban, in fact, was the catalyst for the emergence of a parallel market, anchored in the reserve engineering method, which boosted video game culture in Brazil.

Keywords: Video games. Brazil. Market reserve. Military government.

¹ Doutor em Sociologia. Professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Departamento de Sociologia, Programa de Pós-graduação em Sociologia, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: eve.garcia.costa@gmail.com; Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4996903913348992>; Orcid iD: <https://orcid.org/0000-0002-4446-2173>.

² Doutorando em História pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGH/UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: pedrohzanotto@outlook.com; Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7256150241856617>; Orcid iD: <https://orcid.org/0009-0001-0018-8707>.

Resumen: Brasil es uno de los principales mercados consumidores de juegos electrónicos del mundo, tanto en términos de número de jugadores como de gasto. A la luz de esta destacada posición ocupada por el país, el objetivo de este artículo fue revisar aspectos históricos que marcan la llegada de los videojuegos al territorio brasileño, ocurrida en un momento de inestabilidad política y económica. El argumento defendido es que la Ley de Reserva de Mercado, que prohibía la importación de equipos electrónicos, logró de alguna manera inducir la producción nacional de productos electrónicos, pero no en la forma prevista: la prohibición, de hecho, fue el catalizador para el surgimiento de un mercado paralelo, anclado en el método de ingeniería de reserva, que impulsó la cultura de los videojuegos en Brasil.

Palabras clave: Juegos de vídeo. Brasil. Reserva de mercado. Gobierno militar.

Introdução

O Brasil figura hoje como um dos principais mercados consumidores de jogos eletrônicos no cenário global. Esse fato se materializa em um conjunto de dados trazidos pela principal empresa de consultoria especializada em estatísticas referentes à indústria de games, a Newzoo. Um relatório recente publicado pela Newzoo aponta que, em 2022, o Brasil era o décimo maior mercado de games no mundo e o maior na América Latina. O país contava com mais de 100 milhões de jogadores, os quais movimentaram, naquele ano, em torno de US\$ de 2,7 bilhões. Ainda segundo o relatório, 80% dos brasileiros são entusiastas de games, metade consome conteúdo sobre jogos eletrônicos na internet e um quarto acompanha os esportes eletrônicos (*eSports*) (Newzoo, 2022).

Hoje, ao analisarmos o cenário de destaque do Brasil no mercado de games, é importante lembrar que a chegada dos videogames ao país, entre o final dos anos 70 e o início dos 80, ocorreu em um contexto repleto de turbulências políticas, econômicas e sociais. Essas turbulências impuseram diversos obstáculos à disseminação dessa nova tecnologia no território brasileiro. Lei da Reserva de Mercado, instituída autoritariamente pelo governo militar, que caminhava para o seu final, recessão econômica severa, hiperinflação e moeda nacional desvalorizada frente ao dólar estão entre os obstáculos que desafiavam o desembarque dos videogames no país.

A instabilidade política e econômica no Brasil, portanto, era resultante do conjunto das circunstâncias internas e externas do país. Conforme a década de 1980 se iniciava, o governo ditatorial se via em meio a uma crise institucional, impopularidade e uma cultura política popular prolificamente democrática que clamava por abertura política. O cenário internacional também era desfavorável, com uma crise econômica generalizada que reestruturou as cadeias de produção e consumo no globo.

A resposta menos que adequada do Estado a tal situação, consistindo principalmente em políticas de fechamento econômico – como a própria Reserva de Mercado, que será discutida adiante – e tentativas de controle sobre a já inevitável abertura política, para além de intensificar o isolamento do Brasil, fez pouco para atenuar as crises em curso. Pelo contrário, elas se agravariam significativamente ao longo da próxima década, estendendo-se para além dos “anos de chumbo”. A década de 1980, inclusive, viria a ganhar a alcunha popular pejorativa de “década perdida”. Em meio a esta, entretanto, um contraditório e peculiar mercado de videogames foi concebido e cresceu no país.

Nosso objetivo neste artigo, então, foi retomar alguns aspectos históricos relacionados ao contexto da chegada dos games ao Brasil, a fim de contribuir para o estudo deste interessante fenômeno histórico. Para tanto, organizamos o texto em três seções, mais as considerações finais. Na primeira seção, abordamos 1983, ano em que ocorreu o *boom* dos videogames no Brasil. Na sequência, mostramos como a Lei da Reserva de Mercado impactou diretamente a chegada dos games ao país. A seguir, abordamos a “guerra dos clones”, caminho encontrado por empresas brasileiras para produzir consoles no país, diante dos obstáculos legais e econômicos da época. Por fim, já nas considerações finais, refletimos sobre a relação entre a pirataria – fenômeno complexo e contraditório – e a formação da cultura *gamer* no Brasil.

A euforia: 1983 e o *boom* dos videogames no Brasil

A indústria de jogos eletrônicos teve início nos Estados Unidos, em 1972, ano em que foi lançado o *Odyssey*, primeiro console de videogame doméstico da história. O aparelho, que se baseava na *Brown Box*, protótipo desenvolvido na década anterior pelo engenheiro Ralph Baer, foi lançado pela *Magnavox*, empresa subsidiária da *Philips*. Sua vendagem foi bem modesta: cerca de 300 mil unidades apenas. Pouco tempo depois, em 1977, a Atari lançava o *Atari 2600*, aparelho que foi um enorme sucesso comercial, tendo vendido quase 30 milhões de unidades ao longo do seu ciclo de vida. No *Atari 2600* foram introduzidas ao videogame doméstico franquias de games que são referência até hoje, como *Pac-Man* e *Space Invaders*. O console foi responsável por dar início ao que podemos chamar hoje de “cultura gamer”, logo tornando-se o sonho de consumo de milhões de jovens espalhados pelo mundo – inclusive no Brasil.

Em 1975, a carioca Planil Comércio e Indústria Eletrônica Ltda. conseguiu importar uma pequena quantidade de consoles *Odyssey* da *Magnavox*, e localizou para o mercado brasileiro – produziu rótulos, caixas e manuais em português. Eles foram vendidos a Cr\$3.700,00 (Garrett, 2016, p. 17), o equivalente a R\$12.054,00 atuais (conforme índice de correção IGP-DI do FGV³/ dez. 1975 e ago. 2024), e foram todos rapidamente esgotados. À época, nem eram chamados de videogame.

Para dar contexto a esses dados, o salário-mínimo em 1975 era de Cr\$532,80 (Brasil, 1975), R\$1.735,78 atuais (IGP-DI/dez. 1975 e ago. 2024), compondo 14,4% do preço do *Odyssey* em 1975. É evidente que, a título de uma análise cultural aprofundada, esses números podem não significar muito. Até 1984, o salário-mínimo variava de acordo com os estados, e o valor citado acima dizia respeito apenas a São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e ao Distrito Federal. A título de exemplo, estados como Maranhão, Piauí e Ceará contavam com uma remuneração mínima legal de apenas Cr\$376,80; Amazonas e Mato Grosso, Cr\$417,60; e o Rio Grande do Sul, Cr\$494,40. Alguns estados ainda eram divididos entre sub-regiões com valores diferentes, com Santa Catarina, por exemplo, tendo algumas cidades listadas com o mesmo valor do Rio Grande do Sul, e o resto de seu território com o valor de Cr\$453,60 (Brasil, 1975).

Além disso, é difícil estipular o significado desses valores frente às necessidades reprodutivas da vida comum, bem como às implicações disso diante de um videogame – e levantar dados que ajudem a elucidar isso não cabe ao escopo desta pesquisa. No entanto, mesmo sendo um referencial incompleto, é um referencial. Outra questão é a quantidade de pessoas que realmente ganhavam salário-mínimo. Pois, segundo o censo do IBGE de 1970, estimativamente, 31,8% das pessoas “economicamente ativas” recebiam menos de Cr\$ 100,00 por mês (IBGE, 1971, p. 6). O menor salário-mínimo decretado naquele ano era de Cr\$124,80, e o maior, Cr\$187,20 (Brasil, 1970). Se elevarmos o critério de renda a Cr\$150,00 mensais, a porcentagem que recebe abaixo disso aumenta a aproximadamente 44,4%.

³ O Índice Geral de Preços de Disponibilidade Interna (IGP-DI), feito pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), é um cálculo econômico que leva em consideração a disponibilidade de preços em território nacional, e é um dos termômetros para a inflação. No entanto, como é um cálculo mais generalizado, levando em consideração movimentações industriais, agrárias, imobiliárias etc., não é o melhor indicador para a inflação real do consumo de classes populares. Para isso, o cálculo do Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é mais preciso, e seus resultados chegam a apontar à metade do valor que o IGP-DI aponta, em alguns casos, tamanha a disparidade entre os diferentes setores da economia. No entanto, o INPC só está disponível a partir de 1980, e, portanto, para valores anteriores a esse ano, utilizamos o IGP-DI, e para os após ele, o INPC.

Assim, o impedimento econômico real quanto à aquisição de videogames para classes populares era significativo, e, portanto, seu mercado consumidor se encontrava, a princípio, nos grupos com maior poder de compra da sociedade. A isso se somaram os entraves institucionais da Lei de Informática. Mesmo assim, foi criado um interesse palpável pelo produto, e os obstáculos econômicos e institucionais se sintetizaram para criar uma cultura de videogame *sui generis*, conforme discutiremos ao longo deste artigo.

O primeiro console fabricado no Brasil, por sua vez, foi o Telejogo, feito pela *Philco-Ford* em 1977, que trazia uma cópia do *Pong* e de outros dois jogos do Atari 2600 (Ferreira, 2017). O videogame ainda não possuía os famosos cartuchos, contando com um número limitado de jogos que vinham gravados no aparelho. Apesar de ser produzido a partir de um projeto estrangeiro, o Telejogo era fabricado quase inteiramente no país, com apenas um chip importado. Foi vendido a Cr\$1.590,00 (Garret, 2016, p. 18). Para comparação, o maior salário-mínimo daquele ano era de Cr\$1.106,40, e o menor, Cr\$787,20 (Brasil, 1977). O preço do Telejogo equivale a R\$2.549,80 atuais, e os salários, respectivamente, a R\$1.774,28 e R\$1.262,39 (IGP-DI/dez. 1977 e ago. 2024). Em comparação com o Odyssey vendido em 1975, o Telejogo era muito mais barato, sendo que em São Paulo, o salário-mínimo compunha 69,5% do preço do console. Com isso, não é à toa que ele tenha alcançado tanto sucesso comercial.

Com esse sucesso, a *Philco-Ford* lançou o Telejogo II e outras variações sucessivas, com mais jogos e com periféricos e controles diferentes, como pequenos volantes. É importante destacar que, nesse momento, no qual os videogames eram a novidade e uma “febre” entre os jovens, já havia no país um mercado paralelo de consoles clones e contrabandeados.

Em 1983, ano marcado pelo *crash* da indústria de games nos Estados Unidos, a Gradiente, uma fabricante de aparelhos digitais, especialmente de som, gozava de respeitabilidade no mercado. Ela encomendou uma pesquisa, a qual apontou que havia no Brasil cerca de 80 mil consoles instalados, seja de produção local ou contrabandeados (Garrett, 2016, p. 25). Além disso, segundo a pesquisa, o principal público alcançado eram meninos de classe média de 7 a 19 anos, porém, havia também um grande interesse de suas famílias nesses aparelhos. Apesar de ser um artigo caro, o gasto familiar era unicamente com o console e eventuais jogos comprados, de modo que acabava sendo mais barato ficar em casa jogando do que sair para jantar ou para ir ao cinema. Logo, o videogame chegou a ser referido como o “produto da recessão” (Garrett; Palma, 2017). Assim, estava clara qual estratégia

propagandística deveria ser empregada: a apelação deveria ser voltada não apenas a crianças e jovens, mas também era preciso reforçar a imagem de que o videogame era um “produto para a família”.

O cenário brasileiro estava sedento por videogames e, em 1983, diversas empresas travaram uma corrida para abocanhar uma fatia desse mercado, inclusive empresas estrangeiras (Ferreira, 2017). Quem saiu na frente foi a *Saify*, uma pequena fabricante paulista que produzia cópias do computador *TRS-80*. Em abril daquele ano, lançou o *Dactari* (Garrett, 2016), uma cópia do *Atari 2600* tão óbvia que nem disfarçava, tendo sua logo quase idêntica à da empresa estadunidense, mas com suas linhas remetendo à Catedral Metropolitana de Brasília para dar um ar brasileiro. O próprio dono da *Saify*, Julio Albertoni, chegou a afirmar: “nossa política é igual à dos japoneses: nada se cria, tudo se copia” (Garrett, 2016, p. 34). No entanto, sua fabricação era muito artesanal, com os consoles feitos à mão e com produção baixa realizada na cozinha de uma casa; além disso, a qualidade do material também era um tanto precária. Mesmo assim, a procura era tanta que a produção não conseguia suprir a demanda, chegando a haver brigas pelos consoles entre compradores conforme saíam cópias, vendidas a Cr\$160.000,00 – R\$ 5.078,27 atuais (INPC/abr. 1983 e ago. 2024). O salário-mínimo maior, decretado no final daquele mês e instituído no primeiro de maio, era de Cr\$34.776,00 (Brasil, 1983a) – R\$1.035,71 de hoje (INPC/mai. 1983 e ago. 2024), constituindo em aproximadamente 21,7% do preço do *Dactari*.

O escopo da *Saify* era pequeno, seja por capacidade de investimento baixa ou para não chamar demasiada atenção pela cópia descarada. De qualquer forma, diante da pressão da Gradiente, eles eventualmente mudaram o nome do console, retirando o “i” e, com ele, a alusão sonora direta à Atari. O nome do videogame ficou *Dactar*.

A pressão exercida pela Gradiente deveu-se ao fato de que uma de suas subsidiárias, a Polyvox, fechou um acordo com a Atari estadunidense para o tão aguardado lançamento oficial do Atari 2600 no Brasil. Para tanto, a Gradiente contratou uma campanha publicitária milionária pela companhia DPZ (Garret, 2016). Com slogans como “O Atari da Atari”, para angariar confiabilidade, foram feitas propagandas de televisão para horário nobre e anúncios em revistas de alta circulação altamente elaborados. O apelo principal era para crianças e jovens, mas não apenas. As propagandas mostravam pessoas de todas as idades jogando, homens e mulheres, em diferentes situações. Todas, no entanto, de classe média.

É importante lembrar ainda que 1983 foi também o ano em que o *Magnavox Odyssey 2* desembarcou oficialmente no país. Todavia, como o seu predecessor não foi lançado de forma oficial por aqui (apenas versões clonadas), a Philips optou por chamá-lo de *Odyssey*, decisão que confundiu muitos jogadores.

Assim, no Natal de 1983, registrou-se uma intensa corrida às varejistas pelas famílias de classe média brasileiras em busca desses almeçados aparelhos, sonho de consumo de crianças e adolescentes. Parecia que, finalmente, com empresas de fora lançando seus consoles por aqui, o Brasil havia entrado no mercado oficial de videogames. Todavia, no meio do caminho tinha uma Lei.

O banho de água fria: a Lei da Reserva de Mercado

Inflamado por um milagre econômico breve ocorrido no início da década de 1970, o governo civil-militar se viu buscando a condição e *status* de país de primeiro mundo – o “Brasil Potência” (Cafezeiro et al., 2019, p. 2). A ânsia desenvolvimentista, é importante destacar, já havia sido o mote do governo de Juscelino Kubitschek (1956-1960), que prometeu reduzir o hiato que separava o Brasil dos países desenvolvidos, com a promessa de avançar “50 anos em 5”. Com o advento da tecnologia dos microcomputadores, por volta do início dos anos 1970, o governo ditatorial criou políticas ambíguas e multifacetadas de fomento ao desenvolvimento de tecnologia nacional. Ele buscou autonomia na produção tecnológica do país (Seward, 2017), a exemplo dos Estados Unidos e do Japão. Naquele momento, surgiram os primeiros órgãos governamentais que lidavam com artigos de informática, como a Coordenação das Atividades de Processamento Eletrônico (CAPRE), com uma ênfase no setor público, mas já dando sinais para o setor privado (Ikehara, 1997). Cada vez mais, no entanto, as atenções estatais se voltariam para os artigos de informática comercializados. Elas focariam na “substituição de antigas importações e no desenvolvimento e produção local de produtos de informática” (Ikehara, 1997, p. 8). Isso criaria uma reserva de mercado que proibiria a importação de artigos de informática e análogos a partir do final da década de 1970. De fato, o Brasil, os Estados Unidos e o Japão eram os únicos a produzirem mais de 50% dos computadores em uso em seus países nos meados dos anos 1980 (Seward, 2017). Os programas de desenvolvimento tecnológico eram pautados na iniciativa estatal, de forma que

a evolução da política de informática no Brasil é muito mais a história de iniciativas centradas no Estado condicionadas pelo personagem específico do Estado brasileiro do que a de uma série de respostas estatais para grupos de interesse e partidos políticos centrados na sociedade (Seward, 2017, p. 3).

Assim, a reserva de mercado foi criada a partir de uma colaboração peculiar entre acadêmicos e militares, em vez das demandas da indústria tecnológica estabelecida no país (Junior, 2019), o que mostra a força do argumento desenvolvimentista na época. No entanto, as condições para a produção de computadores e derivados no Brasil eram peculiares e contraditórias. Não havia precedentes, condições nem infraestrutura técnica para a produção de uma tecnologia que acompanhasse as inovações estrangeiras. Além disso, os centros estratégicos de desenvolvimento de ciência e tecnologia (C&T), como universidades e institutos tecnológicos, não recebiam um investimento significativo para tal, fazendo com que o mercado nacional fosse ocupado por equipamentos obsoletos e caros, inacessíveis para a maior parte da população (Mattos; Vasconcellos, 1988). Isso gerava um mal-estar cultural no Brasil, criando a impressão geral, que perdurou décadas, de que a tecnologia não era algo que fazia parte do devir brasileiro, que o país e seu povo eram irremediavelmente atrasados, seguindo uma ideia de linearidade desenvolvimentista (Junior, 2019).

Institucionalmente, a Reserva de Mercado ficou notória a partir da Lei 7.232/84. Em seu Art. 9, a lei estabelecia que:

Para assegurar adequados níveis de proteção às empresas nacionais, enquanto não estiverem consolidadas e aptas a competir no mercado internacional, observados critérios diferenciados segundo as peculiaridades de cada segmento específico de mercado, periodicamente reavaliados, o Poder Executivo adotará restrições de natureza transitória à produção, operação, comercialização, e importação de bens e serviços técnicos de informática (Brasil, 1984, p. 4).

Todavia, antes da criação dessa lei, o governo civil-militar já vinha adotando medidas para controlar a importação de eletrônicos. Assim, em 1979, foi criada a Secretaria Especial de Informática (SEI), a partir do Decreto 84.067, sendo responsável por “analisar e decidir sobre os projetos de desenvolvimento e produção de bens de informática”, “manifestar-se previamente sobre as importações de bens e serviços de informática”, entre outras (Brasil, 1984). A lei da Reserva de Mercado, instituída cinco anos depois, estendeu esse decreto para além da proibição de importação: agora, empresas estrangeiras também não poderiam produzir artigos de informática no país, sendo obrigadas a buscar subsidiárias nacionais, como foi o caso da Atari, que lançou seu videogame no Brasil através da Polyvox.

Embora seu objetivo – no papel – fosse proteger a indústria nacional, a Reserva de Mercado causou certo mal-estar em parte da indústria estabelecida no país, como pode ser observado em um documento redigido pela Superintendência da Zona Franca de Manaus (SUFRAMA), expressando “problemas atuais da Zona Franca de Manaus em virtude da Lei nº 7.232/84” (SUFRAMA, 1985, p. 2). No documento, a SUFRAMA apela para a SEI que reconsiderasse alguns elementos da Lei de Informática por conta de dificuldades de importação e produção de artigos eletrônicos, citando videogames, que seriam bens de entretenimento e passariam a ser considerados produtos de informática. Nesse documento, a SUFRAMA (1985, p. 2) alegava que “A GRADIENTE DA AMAZÔNIA S.A. teve rejeitado, através de consulta informal à SEI, seu novo modelo de vídeo jogo (ATARI), que passou a ser considerado bem de informática, e que sua aprovação dependerá de prévia autorização da SEI.”

A “consulta informal” rejeitada sugere uma mudança no tratamento das empresas e um aumento na burocratização nas relações entre elas e o Estado no que diz respeito à informática. Isso pega os empresários de surpresa, pois, como indica o documento, a Gradiente esperava resolver esse entrave de maneira mais simples. Adiante, a SUFRAMA chama atenção também ao caso da Philips: “A PHILIPS DA AMAZÔNIA S.A., que fabrica o vídeo-jogo ‘ODISSEY’ estará totalmente impossibilitada de fabricar novos modelos, segundo a Lei de Informática, por não se enquadrar no conceito de empresa nacional (SUFRAMA, 1985, p. 2-3).”

A Reserva de Mercado não apenas não sanou os problemas principais da tecnologia difundida no mercado nacional – os preços altos e a baixa qualidade dos produtos – como não garantiu uma independência efetiva para a produção de artigos computacionais, salvo para alguns exemplos notáveis. Como apontam Mattos e Vasconcellos (1988, p. 76), escrevendo ainda no contexto da Reserva de Mercado, “excluídos alguns casos bem-sucedidos (Sistemas de Contabilidade, Folhas de Pagamento e Automação Bancária), nada muito útil se fez, a não ser copiar os sistemas americanos”. Para os autores, a falha na estratégia da Reserva deriva do fato de que “nenhum país consegue se desenvolver apenas com o mercado e a indústria. Sem a terceira perna – a Universidade – qualquer mesa cai no chão” (Mattos; Vasconcellos, 1988, p. 76).

A guerra dos clones

A Reserva de Mercado deu banho de água fria nos entusiastas dos videogames. Após a sua publicação, ficou mais complicado fabricar e vender videogames no país. O Odyssey da Phillips do Brasil, por exemplo, foi descontinuado, pois a empresa não entrava na categoria de empresa nacional e, portanto, não poderia fabricar artigos informacionais no país. Contudo, essa medida autoritária adotada pelo regime militar fortaleceu algo que já existia: um mercado paralelo de consoles clones construído a partir de engenharia reversa – prática que pode ser definida como “um processo de análise de um artefato e dos detalhes de seu funcionamento, geralmente com a intenção de construir um novo aparelho com a mesma função.” (Ponticelli; Suski, 2011, p. 2). Pela lei, as empresas que produziam cópias por meio de engenharia reversa, tecnicamente, utilizavam tecnologia nacional, e as que licenciavam seus produtos também, apesar de, em ambos os casos, a tecnologia ser claramente proveniente de outros países. Isso possibilitou a emergência de uma espécie de “pirataria legalizada”, ou seja, empresas nacionais, que operavam dentro da legislação brasileira, mas que copiavam propriedade intelectual estrangeira e comercializavam produtos clonados.

Como já destacado, os primeiros videogames a funcionar no solo brasileiro, ainda em meados da década de 1970, foram aparelhos contrabandeados ou clonados. O já mencionado Telejogo, primeiro console produzido no país, era uma cópia do *Pong*, fliperama lançado pela Atari em 1972 – e que por sua vez era cópia de um jogo de pingue-pongue que vinha junto do Odyssey. Quando o Atari 2600 foi lançado nos Estados Unidos, sendo um sucesso comercial imediato, logo começaram a aparecer no Brasil cópias do aparelho.

Ao que tudo indica, o primeiro clone do 2600 foi o Top Game, lançado em 1981 pela empresa Bit Eletrônica. Todavia, o console não fez sucesso, sobretudo porque não era compatível com os cartuchos do aparelho original – possivelmente uma decisão adotada pelos criadores por medo de enfrentar processos na justiça. Dois anos depois, em 1983, a Saify lançou o também já mencionado *Dactari*. Um outro caso notório de cópia do Atari 2600 foi o *Dynavision*, fabricado pela Dynacom e também apresentado ao mercado em 1983, na Feira de Utilidades Domésticas (UD). Seu lançamento atrasou, no entanto, saindo apenas em janeiro do ano seguinte, pelo preço de Cr\$240.000 – R\$3.464,73 (INPC/jan. 1984 e ago. 2024). Quando foi lançado, o salário-mínimo maior era de Cr\$ 57.120,00 (Brasil, 1983b) – R\$824,61 (INPC/jan. 1984 e ago. 2024) –, compondo 23,8% do preço do console.

O *Dynavision* ficou notório por ser propagandeado com melhorias em relação ao aparelho original, conforme destacado em uma matéria de época da revista Vídeo Magia:

[O console] tem características muito superiores ao original. Exemplos: o material e o modelo empregados na produção dos joysticks são mais resistentes e com botão de disparos no topo do palito direcionador; a saída dos cabos do joystick é pela dianteira do console, evitando-se a dobra dos fios e a frequente quebra; a CPU (Unidade de Processamento) do console, do tipo 6502, idêntica à do famoso microcomputador Apple II – que permite o acesso de até 64 KB de informações –, é muito mais poderosa que a empregada no Atari VCS. (Garrett, 2016, p. 57).

Outra cópia do *Atari 2600* digna de nota foi o da *Dismac*, uma famosa produtora de calculadoras, alcunhado *VJ-9000*. Sua característica mais marcante foi a localização dos nomes dos jogos. O famoso *Pitfall*, por exemplo, foi lançado como *Pantanal*, *Kaboom* como *TNT*, e *Freeway* como *BR-101* (Ferreira, 2017, p. 7). Além de alterar o nome do jogo, a *Dismac* foi uma das fabricantes que retirou ou substituiu o nome ou logotipo da produtora do código dos jogos. Assim como o *Dynavision*, o *VJ-9000* foi anunciado em 1983, mas foi lançado só no início do ano seguinte por Cr\$170.000,00 (Garrett, 2016, p. 62), equivalente a R\$2.454,19 (INPC/jan. 1984 e ago. 2024). Seguindo os mesmos dados apontados acima, a remuneração-base vigente no seu lançamento compunha 33,6% desse preço.

A empresa brasileira Comércio de Componentes Eletrônicos (CCE) é reconhecida no país por produzir aparelhos televisores e de som a preços acessíveis. Ela também entrou no mercado dos videogames com o *Onyx Junior*, uma cópia do *Atari 2600* com temática militar que continha um botão de pausa. O único *Atari 2600* no mundo tinha esse componente (Ferreira, 2017, p. 7).

Por fim, “Atari da Atari”, ou seja, o modelo oficial lançado no país, produzido pela Polyvox, chegou ao mercado em outubro de 1983 pelo preço de Cr\$194.000,00, R\$3.586,90 atuais (INPC/out. 1983 e ago. 2024). O salário-mínimo instituído no mês seguinte, informado acima, compunha 29,4% desse valor. No entanto, levando em consideração o salário-mínimo vigente até o mês de lançamento, outubro, também informado acima, essa porcentagem cai para 17,9%. Diante da “guerra de clones” de 2600, a própria Atari Inc. estadunidense se pronunciou publicamente em diversos jornais, afirmando que os consoles e cartuchos produzidos pela Polyvox eram os únicos licenciados, “os originais”. Curiosamente, um efeito rebote desse comunicado foi o de animar pequenos e médios empreendedores a entrarem nessa “guerra” ao

se atentarem, por meio dele, às possibilidades de lucro que esse mercado oferecia (Garrett, 2016, p. 39).

Assim, no começo dos anos 1980, apesar das condições econômicas adversas enfrentadas pelo país, e uma ditadura decadente que criou barreiras legais à importação de produtos de informática, o brasileiro – de classe média – comprava videogames. A quantidade de vendas é um tanto obscura, em parte por conta da ausência de mecanismos sólidos para medição de tais dados, e em parte pela falta de fontes que os indiquem. No entanto, o Relatório à Comissão de Valores Imobiliários da Gradiente, correspondente aos anos de 1984-1987, informa projeções e desempenho positivos, mesmo em meio à crise:

O primeiro semestre de 1984 transcorreu em fase econômica ainda bastante difícil, iniciando leve recuperação a partir do 2º semestre. Apesar dessa dificuldade os segmentos de telecomunicações e vídeo apresentaram bom desempenho: o vídeo game Atari se coloca em excelente posição de mercado [...] apresentaram crescimento de vendas em relação à 1983 (IGB, 1987, p. 67).

O relatório ainda informa que o segmento de áudio seguiu “a tendência de mercado: queda nas vendas em relação à 83” (IGB, 1987, p. 67). Adiante, comentando sobre o ano de 1985, a empresa relata um primeiro semestre fraco, mas que “por intensas expectativas quanto às mudanças de governo e de política econômica, experimentou-se um forte impulso de consumo, graças aos ganhos reais de salários que as diferentes categorias profissionais conquistaram” (IGB, 1987, p. 119). Outros fatores foram atrelados ao crescimento de vendas, como o lançamento de produtos novos com tecnologias atualizadas. No caso do videogame, a Gradiente relata um “desenvolvimento de nossa engenharia” que resultou em “uma sensível redução do custo do Atari, tornando possível o acesso ao novo contingente de consumidores, estimulado também pela oferta de nova coleção de jogos em cartuchos” (IGB, 1987, p. 120).

Apesar de não fornecer dados concretos sobre o comércio de videogames, o Relatório oferece algumas pistas importantes. Primeiramente, indica que a fase econômica do primeiro semestre de 1984 é “ainda” bastante difícil, implicando em uma continuidade com relação aos períodos anteriores. Além disso, explicita que a tendência de mercado para a época era a “queda nas vendas”, dando a entender que, de maneira geral, o comércio enfraqueceu entre 1983 e 84. Mesmo assim, o segmento de videogames cresceu e seguiu crescendo pelos anos seguintes. Em 1985, a venda de videogames compunha 20% do faturamento da Gradiente (IGB, 1987, p. 119), atrás apenas da linha de áudio, que compunha 65%. Considerando-se a magnitude e projeção da Gradiente no país, com presença em todas as principais lojas e magazines no território

nacional, pode-se presumir que as vendas de videogames eram significativas e estavam em crescimento. Claramente, havia uma demanda por videogames bem consolidada no mercado brasileiro que se manifestava mesmo em tempos de crise econômica e consumo diminuído.

Enquanto isso, nos EUA, a indústria de videogames experienciou uma derrocada muito contraditória com a situação brasileira. Enquanto o mercado de games dava seus primeiros passos no país, a indústria norte-americana vivenciava sua pior crise, o *crash* de 1983. Essa crise teve início quando a Atari – a maior empresa de videogames do mundo até então – perdeu na justiça o monopólio na fabricação de jogos para o *Atari 2600*. Rapidamente, o mercado foi saturado por uma enxurrada de jogos de baixa qualidade criados por pequenas empresas e desenvolvedores independentes, o que abalou a confiança dos jogadores na indústria. É importante destacar que a própria Atari contribuiu para essa crise. Em 83, a empresa lançou *E.T. - O extraterrestre*, jogo baseado no filme homônimo dirigido por Steven Spielberg. O game foi produzido às pressas – em pouco mais de um mês – para ser lançado às vésperas do Natal e aproveitar a publicidade em torno do longa. As expectativas da Atari eram enormes: estima-se que tenham sido enviados às lojas mais de 4 milhões de cópias de *E.T.* Todavia, com um prazo extremamente curto de produção, o jogo veio repleto de *bugs*, problemas técnicos e de jogabilidade, de modo que em torno de 3 milhões de unidades ficaram encalhadas nas prateleiras. A Atari não se recuperou desse duro golpe, entrando em processo de falência.

Naquele mesmo ano, no outro lado do mundo, a Nintendo lançava o console que salvaria a indústria de games: o *Nintendo Family Computer* (Famicom), o qual chegaria aos Estados Unidos dois anos depois, em 1985, com o nome de *Nintendo Entertainment System* (NES) – nome que se popularizou no Ocidente. Com um processador mais poderoso, gráficos melhores, jogos de melhor qualidade e um *joystick* inovador – que é a base dos controladores atuais – o NES alçou a Nintendo ao posto de maior empresa de videogames do mundo, migrando o centro desse mercado dos Estados Unidos para o Japão.

Embora tenha sido lançado no Ocidente em 1985, o *NES* só chegaria oficialmente ao país em 1993. Desse modo, assim como aconteceu com o *Atari 2600*, no final dos anos 80 começaram a ser produzidos e comercializados no Brasil diversos clones do console da Nintendo. A corrida dos “famiclones” começou em 1989. Naquele ano, a *Dynacom* lançou o *Dynavision II*, a CCE o *Top Game* e a Gradiente o *Phantom System*. Esse último tornou-se o clone de NES mais famoso no Brasil, muito em função do marketing criado em cima do console

pela Gradiente. Um fato curioso é que a carcaça e o *joystick* do *Phantom System* foram inspirados no *Mega Drive*, console da *SEGA*, principal rival de mercado na Nintendo à época.

O fim da Reserva de Mercado veio em 1991, e com ela, parte da indústria de cópias de consoles se extinguiu. A *SEGA* já havia chegado ao Brasil pouco tempo antes, em 1989, através de uma parceria com a empresa brasileira *Tectoy*, que lançou o *Master System* no país. Pouco tempo depois, em 1992, a Gradiente e a Estrela uniram-se, fecharam um acordo com a Nintendo e formaram a *Playtronic*, uma *joint venture* que se tornou a primeira empresa a produzir produtos Nintendo fora do Japão. No entanto, uma vez quebrada a barreira legal para o acesso a consoles e equipamentos eletrônicos internacionais, havia ainda a barreira econômica. A crise econômica dos anos 1980 – a mencionada “década perdida” – assolou o país, que só começaria a recuperar-se em meados dos anos 1990, a partir da criação do Plano Real – a paridade de câmbio Real/Dólar diminuiu o custo das importações e promoveu o consumo. No entanto, se por um lado o mercado de consoles clonados foi reduzido, o mercado de jogos piratas seguiu pujante. Como produzir e distribuir cópias de cartuchos – e posteriormente, de CD e DVD – era muito mais barato e fácil do que fazê-lo com os consoles de videogame em si. Inúmeros fabricantes, inclusive alguns de “fundo de quintal” (Garrett; Palma, 2017), se puseram nesse empreendimento, formando um formidável mercado de cópias de qualidade variável. Em um contexto em que jogos originais eram bastante caros e que as tecnologias de contenção da pirataria por parte das grandes fabricantes eram muito ineficazes, esse mercado paralelo se proliferou pelo país. Assim, em qualquer camelódromo, era possível encontrar cartuchos piratas de *NES* e *SNES*, bem como CDs para *PlayStation* e PC a preço muito acessível. Esse mercado paralelo era abastecido ainda por *joysticks* e acessórios falsificados.

Considerações finais: somos tupis jogando num Atari

A indústria de consoles clones, que se desenvolveu junto a um “mercado cinza” de jogos e equipamentos *gamers* falsificados e contrabandeados, criou uma ecologia ativa de videogames no Brasil, fazendo com que o mercado de jogos eletrônicos se instalasse e florescesse no território nacional, mesmo diante dos obstáculos legais impostos pelo regime militar através da Reserva de Mercado, e econômicos, impostos pela recessão vivenciada pelo país entre os anos 80/90. Sem esse comércio paralelo, não havia como a cultura do videogame ter florescido tanto no país, pois permitiu uma distribuição que alcançou camadas sociais e lugares em que a distribuição licenciada jamais conseguiria. Gilson Cardoso, diretor de

marketing da Gradiente/Polyvox na época, empresa que lançou o Atari licenciado no país, chegou a admitir que:

nós achamos que [o comércio paralelo] estava acabando com o mercado. Até que nós começamos a perceber que, cada vez mais, a Gradiente estava tendo problemas, principalmente por conta da Warner, em ter o número de cartuchos⁴ que o mercado podia absorver. Nós começamos a ver isso de outra forma. As coisas estavam se ajeitando. Eram as abóboras se ajeitando no carro no andar da carruagem. Essas atitudes da concorrência supriam a nossa falta. E deu certo. Deu certo. Se não fossem eles nós teríamos vendido menos consoles (Garrett; Palma, 2017, 1h25m20s).

São pertinentes aqui os argumentos de Woodcock (2020). Para este autor, a evolução e o desenvolvimento histórico dos jogos eletrônicos têm dois lados: de um, o desenvolvimento científico empresarial, pautado nas demandas mercadológicas e institucionais; e de outro, o desenvolvimento *hacker* ou “informal”, que se apropria dessas tecnologias para expressar uma subjetividade própria de forma original, genuína e humana. A questão cultural, portanto, é essa. De um lado, a “guerra dos clones” no Brasil e o mercado pirata configuram uma forma contraditória de *resistência*, pois quebram com os termos pré-estabelecidos de produção e consumo de um artefato externo ou estrangeiro, adequando-os a termos mais condizentes à realidade em que são concebidos. É uma tentativa (bem-sucedida) de incorporar uma nova mídia (o videogame) à cultura nacional. Se trata, no entanto, de uma resistência limitada e assimilacionista, pois, do outro lado, configura também o desejo de participar e se beneficiar de uma cultura globalizada, uma vez que seria leviano e ingênuo afirmar que, ao proporcionar videogames e cartuchos a preços mais acessíveis, os fabricantes não licenciados tinham intenções nobres de distribuição igualitária de seus produtos. Mesmo assim, esse movimento representou uma apropriação de algo externo para os termos de existência locais, o que pode ser visto como um *movimento antropofágico*, em alguma medida.

Não é, portanto, uma resistência revolucionária, mas uma comedida que negocia agência sobre os processos de produção e consumo dos artefatos introduzidos na cultura local. Trata-se, assim, de uma forma de resistência à lógica neoliberal, que transforma o entretenimento em mercadoria, ao mesmo tempo em que priva milhões de pessoas localizadas em países periféricos. Pessoas essas, as quais irão encontrar não apenas formas de consumir os ditos

⁴ Os cartuchos foram motivos de brigas e imbróglis judiciais na indústria de games. A Nintendo, por exemplo, só permitia que os jogos lançados para os seus consoles (NES, SNES e Nintendo 64) fossem comercializados em cartuchos originais, produzidos pela própria Nintendo, o que gerava lucros com direitos de licenciamento.

produtos culturais, mas também de adaptar e transformar esses produtos, sem o consentimento das grandes corporações que os produziram. Vale lembrar, nesse sentido, que várias cópias vendidas no mercado ilegal traziam versões “abrasileiradas” dos jogos. Por exemplo, jogos de futebol, como o *Super Star Soccer*, do SNES, e o *Winning Eleven*, do PlayStation, eram transformados em versões do “Campeonato Brasileiro”, totalmente localizadas, contando com as equipes do futebol nacional, menus em português e até mesmo narração.

A pirataria – incluindo a “pirataria legalizada” praticada no país nos anos 1980, com consoles clones vendidos por grandes empresas nacionais que atuavam em conformidade com a legislação brasileira da época – possui essa dualidade. De um lado, ela representa uma forma de resistência e uma atitude subversiva frente à concentração de renda e às desigualdades socioeconômicas intrínsecas à sociedade capitalista globalizada. Porém, ao mesmo tempo, ela configura uma tentativa de fazer parte dessa sociedade, incorporando sua lógica consumista. E os videogames, como produtos legítimos da sociedade capitalista, carregam consigo essa dualidade e as contradições internas ao capitalismo. Desde o momento em que foram subvertidos para mercadoria (algo simbolizado pela invenção da *Brown Box* de Ralph Baer, que deu origem ao primeiro console doméstico), videogames tornaram-se objeto de desejo de consumo não só de crianças e jovens, mas também de indivíduos de diferentes faixas etárias – desejo este, o qual, por sua vez, alçou os games a uma posição hegemônica dentro da cultura *pop* e, conseqüentemente, em um dos principais mecanismos de reprodução do capitalismo contemporâneo (Dyer-Witheford; Peuter, 2009). Todavia, mais do que uma simples mercadoria, games são também produções artísticas audiovisuais e, com efeito, artefatos legitimamente culturais. Não ter acesso aos videogames significa, portanto, não ter acesso a uma das principais formas de cultura popular da contemporaneidade.

O videogame é contraditório, contraintuitivo e multipolar porque as *pessoas* assim o são. Os videogames são fabricados e têm seu formato determinado pela coletividade do ser humano, e a complexidade que esse formato assume é apenas sintomático da complexidade da sociedade em si. Por isso o videogame é uma história social, e por isso é necessário estudá-lo.

Referências

BRASIL. **Decreto Nº 66.523, de 30 de abril de 1970.** Altera a tabela do salário-mínimo aprovada pelo Decreto nº 64.442 de 1º de maio de 1969. Brasília, DF: Diário Oficial da União, Seção 1, 1970. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Atos/decretos/1970/D66523.html. Acesso em 12 set. 2024.

BRASIL. **Decreto Nº 75.679, de 29 de abril de 1975**. Fixa novos níveis de salário-mínimo para todo o território nacional. Brasília, DF: Diário Oficial da União, Seção 1, 1975, p. 5110. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1970-1979/decreto-75679-29-abril-1975-424182-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em 12 set. 2024.

BRASIL. **Decreto Nº 79.610, de 28 de abril de 1977**. Afixa novos níveis de salário-mínimo para todo o território nacional. Brasília, DF: Diário Oficial da União, Seção 1, 1977. Disponível em:

https://antilegis.antt.gov.br/action/ActionDatalegis.php?acao=detalharAto&tipo=DEC&numeroAto=00079610&seqAto=000&valorAno=1977&orgao=NI&nomeTitulo=codigos&desItem=&desItemFim=&cod_modulo=420&cod_menu=7145. Acesso em 12 set. 2024.

BRASIL. **Decreto Nº 88.267, de 30 de abril de 1983**. Fixa novos níveis de salário-mínimo para todo o Território Nacional. Brasília, DF: Diário Oficial da União, Seção 1, 1983. Disponível em: https://www.normasbrasil.com.br/norma/decreto-88267-1983_43097.html. Acesso em 13 set. 2024.

BRASIL. **Decreto Nº 88.930, de 31 de outubro de 1983b**. Fixa novos níveis de salário-mínimo para todo o Território Nacional. Brasília, DF: Diário Oficial da União, Seção 1, 1983. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1980-1987/decreto-88930-31-outubro-1983-438951-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em 13 set. 2024.

BRASIL. **Lei Nº 7.232, de 23 de outubro de 1984**. Dispõe sobre a Política Nacional de Informática, e dá outras providências. Brasília, DF: Congresso Nacional, 1984. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7232.htm. Acesso em 29 out. 2023.

CAFEZEIRO, Isabel. FERREIRA, Thiago de M. FRÓES, Maira M. Articulações antropofágicas: sobre relações interdisciplinares entre a formação da identidade gamer brasileira e outras buscas identitárias no Brasil. **Revista Scientiarum Historia**, Rio de Janeiro, v. 2, 2019.

DYER-WITHEFORD, Nick; PEUTER, Greig de. **Games of empire: global capitalism and video games**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009.

FERREIRA, Emmanoel. A guerra dos clones: clonagem e pirataria na aurora dos videogames no Brasil. Apresentado no 40º Intercom. **Anais...** Curitiba, setembro de 2017.

GARRETT, Marcu. **1983+1984: quando os videogames chegaram**. 2ª Ed. São Paulo: ebook, 2016.

GARRET, Marcus; PALMA, Artur. **O Ano dos Videogames no Brasil**. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=BpYfeR7p8yw&t=240s&ab_channel=ZeroQuatroMidia. Acesso em: 12 set. 2024.

IKEHARA, Hideharu Carlos. A reserva de mercado de informática no Brasil e seus resultados. **Akrópolis - Revista de Ciências Humanas da UNIPAR**, v. 5, n. 18, 1997.

IGB – Indústrias Gradiente Brasileira S/A. Relatório à Comissão de Valores Mobiliários – CVM. São Paulo: 1984 a 1987.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Tabulações avançadas do censo demográfico**: resultados preliminares. VIII Recenseamento Geral - 1970. Fundação IBGE: Rio de Janeiro, jul. 1971.

JUNIOR, R. M. Ivan da Costa Marques. **Reserva de Mercado**: History Of Science. Rio de Janeiro: Universidade de Aveiro, 16 dez. 2019. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?time_continue=241&v=imxpDkuAMM&feature=emb_title. Acesso em: 29 out. 2023.

MATTOS, Antonio Carlos M.; VASCONCELLOS, Heraldo. Reserva de mercado de informática: o estado da arte. **Rev. Adm. Empres.**, v. 28, n. 3, setembro de 1988.

NEWZOO. **Key Insights into Brazilian Gamers**. 2022. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-brazilian-gamers-newzoo-gamer-insights-report>. Acesso em: 12 set. 2024.

PONTICELLI, Claudiomar; SUSKI, Cássio. O avanço do desenvolvimento de produtos através da engenharia reversa. **Revista Unifebe**, Brusque, 2011. Disponível em: <https://pessoas.feb.unesp.br/vagner/files/2010/11/Engenharia-reversa.pdf>. Acesso em: 16 set. 2024.

SEWARD, Jeff. **The politics of capitalist transformation**: Brazilian informatics policy, regime change, and state autonomy. Nova York: Routledge, 2017.

SUFRAMA. **Pólo eletroeletrônico** – problemas atuais na Zona Franca de Manaus em virtude da Lei nº 7.232/84. [s. d.], 20 jun. 1985. Disponível em: https://sian.an.gov.br/sianex/consulta/Pesquisa_Livre_Painel_Resultado.asp?v_CodReferenciaid=1948156&v_aba=1. Acesso em 29 out. 2023.

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

Recebido em: 17 de setembro de 2024

Aceito em: 2 de julho de 2025
