

---

## Entendendo os *Gachas*: Design, Capitalismo de Plataforma e Jogos de Azar<sup>1</sup>

Tristan Lima Carneiro<sup>2</sup>  
Thiago Falcão<sup>3</sup>

Universidade de Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

**RESUMO:** Este artigo busca se aproximar de forma crítica dos *gachas*, jogos *mobile* que implementam dinâmicas de aquisição de bens virtuais semelhantes a de *slot machines* e loterias – podendo ser comparados, portanto, a jogos de azar – compreendendo sua estrutura e proposta de design, elaborando assim, uma discussão acerca de ética no *game design* e apropriação do jogo por princípios do capitalismo neoliberal.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Games*, *Gachas*, Capitalismo de Plataforma, Jogos de Azar, Microtransações.

*“If you look at a game like Farmville, there’s actually no game there. It’s just reward structure layered on reward structure layered on reward structure with a hollow center”*

— Jonathan Blow, *game designer*

### Introdução

O entretenimento contemporâneo foi colonizado por práticas neoliberais – do consumo audiovisual ao videogame – e estas nem sempre se apresentam apenas como relações inócuas de consumo. Esta dimensão pode ser observada tanto na dimensão simbólica do Jogo, compreendido como o impulso lúdico, quanto nas inscrições e prescrições dos objetos técnicos – os jogos. A indústria dos games tem se utilizado, por sua vez, de forma particularmente virulenta deste fenômeno, engajando em práticas de design que não apenas orientam jogadores a investirem mais tempo do que o recomendado nessas atividades – mas também estimulando o investimento excessivo em mecânicas que não recompensam de forma adequada. Esta premissa se encontra no núcleo reflexivo deste artigo, que busca compreender se aproximar criticamente de um *game*

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Games, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduando em Comunicação em Mídias Digitais na Universidade Federal da Paraíba. E-mail:

<sup>3</sup> Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: thiago.falcao@academico.ufpb.br

---

*design transgressivo*, que, apesar de bastante comum na indústria dos *games*, subsiste em áreas cinzentas da moral, se esquivando sobretudo de condições regulatórias e às vezes mesmo de debates mais sistemáticos por parte da esfera produtiva.

Uma das formas através das quais esse design se dá é através de jogos que, em si, não oferecem uma grande experiência agencial. Estas plataformas, geralmente implementadas de forma *mobile* e acessível a partir de *smartphones*, se utilizam muito mais de um sentido de colecionismo e persistência, buscando reter a atenção do jogador a partir de um design que recompensa o máximo de tempo possível *online*. Mais que isso, essas plataformas desenham sua interação a partir de minúsculas interações em componentes pouco relevantes.

Este artigo, assim, busca se aproximar de forma crítica dos *gachas*, compreendendo sua estrutura e proposta de design, elaborando assim, uma discussão acerca de ética no *game design* e apropriação do jogo por princípios do capitalismo neoliberal.

## 1. Entendendo os jogos *gacha*

O mercado de jogos *mobile* se manteve crescente nos últimos anos: este representa uma dimensão significativa do lucro proveniente da indústria *dos games*<sup>4</sup> (WOODCOCK, 2016). Esta condição está relacionada ao fato de que, em linhas gerais, a popularidade dos games está associada ao seu preço: jogos populares costumam ser os gratuitos. Alguns exemplos são *Subway Surfers* (*Kiloo, SYBO Games, 2012*), *Clash of Clans* (*Supercell, 2012*), *Pokémon Go* (*Niantic, 2016*) e, finalmente, *Free Fire* (*Garena, 111Dots Studio, 2017*).

Duas são as formas através das quais estes títulos angariam seu público, para além de sua estrutura de jogabilidade: a primeira delas tem a ver com um aspecto particular de sua experiência: estes produtos, com o decorrer do tempo, foram se transformando em plataformas de entretenimento que congregam diversos modos de jogo e diversas demandas de ação (MUSSA; FALCÃO; MACEDO, 2020). Estas, além de oferecer as dimensões do jogo, também permitem a transmissão de conteúdo publicitário (*ads*). A segunda é muito mais simples: as plataformas *vendem* itens que auxiliam o *gameplay* a partir de *microtransações*.

---

<sup>4</sup> Como discutido em <https://bit.ly/2GvC337/>.

---

Essa prática oferece uma forma de acelerar ou diversificar o *gameplay* de um jogo: em *Pokémon Go*, o jogador pode realizar *reides*<sup>5</sup> a *Pokémons* lendários gratuitamente uma vez por dia, ou mais vezes por dia se adquirir passes pagos através da moeda corrente da plataforma, que por sua vez, pode ser adquirida com a moeda de valor real. Essas vendas são comumente chamadas de microtransações porque o valor que se cobra para acessar certas facilidades dentro de um jogo – sejam itens, fases ou qualquer outra – é, muitas vezes, pequeno: as plataformas estimulam a recorrência desse tipo de operação, o que, por recorrência, acabam acarretando montantes representativos<sup>6</sup>. O cenário de jogos *mobile* é fortemente baseado nesse modelo de negócio.

A implementação e o uso deste tipo de transação habilitam a existência, dentro das plataformas, de jogadores que costumam investir quantias consideráveis de dinheiro em microtransações, dependendo fortemente das facilidades oferecidas por esta em sua experiência das plataformas. Estes jogadores, que são conhecidos na cultura *gamer* como *whales*, são o principal público-alvo desses jogos. Para além destas possibilidades, algumas destas plataformas contam com mecânicas de retenção da atenção e agência dos jogadores que não apenas oferecem o serviço, mas estritamente incentivam o comportamento, oferecendo caminhos no desenvolvimento do jogo que passam pela aquisição de bens de forma aleatória – estes jogos são chamados de *gacha*.

O termo *gacha* alude a máquinas que vendem brinquedos de plástico – geralmente pequenos *action figures* de plástico – de forma aleatória, em trocas de moedas. No Japão, essas máquinas ficaram conhecidas como *gashapon* (ガシャポン), palavra que representa de forma onomatopeica a operação da alavanca da máquina depois da inserção da moeda (*gacha*) e a queda da cápsula (*pon*). Nos jogos *gacha*, o jogador não compra um bem específico: ele adquire a possibilidade de um bem, que é então atualizada pelo sistema, transformada em bem virtual. Esta mecânica se assemelha à venda de *loot boxes* presentes em alguns videogames tradicionais, onde o jogador paga por um pacote sem ter ideia do que está contido nele, apenas tendo ciência de suas chances acerca de

---

<sup>5</sup> As *reides* presentes no *Pokémon Go* são provenientes da prática das *raids* dos MMORPGs, onde um grupo de jogadores se une para derrotar um inimigo que dificilmente é derrotado por um único jogador (ver FALCÃO, 2016). Em *Pokémon Go*, os jogadores se reúnem em uma sala através de um passe de batalha para derrotar um Pokémon específico para em seguida poder capturá-lo.

<sup>6</sup> Esta condição pode ser verificada em <https://gachax.com/top-30-anime-mobile-gacha-games-revenue-tier-list-north-america/>.

---

determinado item – uma dinâmica muito similar a da aposta em jogos de azar (*gambling*) (DRUMMOND; SAUER, 2018).

A mecânica *gacha* de aquisição de bens virtuais se tornou bastante popular no ocidente, sendo capitaneada por um consumo paratextual baseado em diversos produtos midiáticos japoneses, tais como *Dragon Ball Z* (Akira Toriyama, Toei Animation, 1989), *Saint Seiya* (Masami Kurumada, Toei Animation, 1986) e *Captain Tsubasa* (Yōichi Takahashi, Tsuchida Pro, 1983). Estes produtos – *animes* e *mangás* – tiveram seus jogos *gacha mobile* trazidos para as *app stores* do ocidente e passaram a ser consumidos muito mais por causa desta dimensão de consumo intertextual. Além disso, algumas franquias de jogos da Nintendo também foram traduzidas pro gênero *Gacha*, em especial *Fire Emblem Heroes* (Intelligent Systems, Nintendo, 2017), *Dragalia Lost* (Cygames, Nintendo, 2018) e *Mario Kart Tour* (DeNA, Nintendo, 2019).

Estes jogos são menos agrupados a partir da experiência de sua jogabilidade e mais semelhantes se analisados a partir de seus modelos de negócio: o acesso e certas facilidades só é possível a partir da mecânica *gacha*. Comumente esta funciona a partir da aquisição de um recurso raro, acumulado ao longo do tempo. As atividades desempenhadas pelo jogador acabam sendo apenas meios para o fim de coletar corréncia para tentar a sorte na loteria, na esperança de que seu prêmio o ajude em sua evolução. Algumas dessas mecânicas são tão virulentas, do ponto de vista de retenção de curto e longo prazo, que mesmo se o jogador for premiado em uma dessas loterias, o prêmio não possui relevância o suficiente para impulsionar sua evolução.

Na loteria são anunciados que personagens/itens um jogador pode adquirir – e o quão raros eles são. Naturalmente, as recompensas mais raras costumam ser as mais atrativas: itens exclusivos e únicos, personagens com habilidades acima do comum, edições especiais de recompensas, entre outros. Esses jogos se utilizam de um fator afetivo e mesmo fetichista dos jogadores por determinados personagens – sobretudo porque nesses jogos é bastante comum ver determinados personagens em versões exclusivas.

Todo esse processo qualifica esses jogos como *freemium*, ou seja, gratuitos, porém com inúmeros estímulos em bens virtuais pagos. Estes jogos costumam ser chamados de forma pejorativa na cultura *gamer* como *pay-to-win*, já que quanto mais dinheiro um jogador investe, mais facilmente ele transita pelo conteúdo disponível no jogo – e

movimenta outros tipos de capital, como, por exemplo, o capital lúdico (CONSALVO, 2007) proveniente de um *ranking*. Em *Mario Kart Tour*, por exemplo, existe um sistema de *leaderboard* global: assim, determinados personagens (mais raros, de níveis mais desenvolvidos) conseguem acumular pontos em corridas *ranqueadas* com maior facilidade, garantindo recompensas de forma fácil.

## 2. Estímulos Comportamentais e Recompensas Digitais

Os *gacha* e seu sistema de tentativas e recompensas possuem similaridades com as *slot-machines*, presentes comumente em cassinos: o jogador, atraído pela recompensa, investe um valor pela chance, e não pela recompensa propriamente dita. Este modelo de jogo é historicamente problematizado porque ele não possui componentes agonísticos, apenas se apoia sobre elementos aleatórios, estimulando uma relação que não envolve perícia – mas sim dimensões aleatórias da sorte; e dimensões técnicas da engenharia desses dispositivos. A reação ao modelo de *gambling* deu origem a muitas discussões, inclusive fazendo com que governos intervissem em sua proliferação e experiência, regulamentando ou mesmo proibindo estabelecimentos que trabalham a partir do *lucro por chance* (KOEDER; TANAKA; HITOSHI, 2018).

É possível afirmar que o sistema dos *gacha* é similar ao sistema de *loot boxes*, uma vez que ele possui os mesmos fatores atrativos. Os *gachas*, contudo, atualmente operam em uma dimensão diferente da dos cassinos, obedecendo a exigências por parte de agências reguladoras: é necessário transparência (KOEDER; TANAKA; HITOSHI, 2018). Em todos os *gachas* devem ser totalmente divulgadas as chances que um jogador tem de conseguir determinada recompensa, precisamente indicando quão baixas estas são. Diversas pesquisas já realizadas indicam que não é possível concluir que os gastos em *gachas* gerem problemas comportamentais relacionados à apostas e loterias (DRUMMOND; SAUER, 2018; GRIFFITHS, 2018; DESAI et al, 2010, entre outros). Contudo, assim como as *loot boxes*, os *gachas* possuem características problemáticas de design, uma vez que a experiência destes dispositivos: primeiro desestabiliza o ambiente de jogo, rompendo com suas regras a partir de um simples movimento de monetização, que permite que um jogador evolua imediatamente dependendo de quanto dinheiro este esteja disposto a investir na plataforma; depois age de forma perigosa sobre o indivíduo, se utilizando de inscrições em seu design que guiam fortemente a experiência do usuário

para que esta seja o mais duradoura o possível. Como Schull percebe, discutindo um aspecto mais sistemático do *gambling*, “*The aim is not only to speed up play, but to extend its duration*” (2005, p. 67).

Tais características que induzem a um ciclo vicioso são baseadas em um princípio de reforço que se utiliza de estímulos de recompensa e punição para aumentar e diminuir um comportamento, respectivamente (KARLSEN, 2016). Esse comportamento é associado ao vício especialmente por atribuir recompensas, gerando um prazer imediato e levando à repetição. Assim como as *slot machines*, os *gachas* possuem elementos que estimulam o prazer e o comportamento de repetição: tentativas geram pontos que podem ser acumulados, a partir de um princípio de gamificação, respostas visuais e auditivas são desenhadas para incitar o jogador na obtenção de uma recompensa e o aspecto de barganha social com recompensas raras – todas estas características são estimulantes, e estão presentes nestes sistemas (CERULLI-HARMS et al, 2020).

Figura 1: Estímulo à Repetição em *Fire Emblem Heroes*



Fonte: Autores / Print do Jogo

A relação entre a raridade de um prêmio e seu valor de uso, muitas vezes desbalanceado no ambiente de jogo, é um fator que faz com que um jogador ignore, muitas vezes, a dimensão do cálculo probabilístico e invista na plataforma – numa dinâmica de *high risk, high reward*. Um exemplo deste fenômeno é o fato de que os

---

personagens de jogos *gachas* são comumente organizados a partir das mecânicas do gênero do RPG, o que implica em uma estratificação de poderes e habilidades. Esta, por sua vez, é distribuída a partir da raridade destes: quanto mais poderoso o personagem, mais difícil sua ocorrência – quanto mais dinheiro investido, mais chances de adquiri-lo. Esta condição pode ser facilmente classificada como uma espécie de *pay-to-win*. A baixa probabilidade da ocorrência de certos bens produz um valor de raridade às recompensas, conferindo a elas, muitas vezes, um aspecto de capital – de discernimento social – e essa é a principal diferença dos *gachas* de *slot machines* e loterias, uma vez que nestas, o resultado prático alude apenas à prática do colecionismo, enquanto nos *gachas* os bens possuem usos técnicos e sentidos oferecidos pelo *game design*.

Como as chances para as recompensas não são estáticas, mas sim passíveis de mudança pelos provedores dos jogos, existem estratégias de atração criadas para estimular o jogador a gastar mais tempo e recurso no jogo. Os eventos de tempo limitado são um estímulo comum: é oferecida uma probabilidade maior para obter determinados itens ou personagens e recompensas de edição limitada, como eventos de datas comemorativas, prática comum nos *Massively Multiplayer Online Games* (MMOGs).

Estes sistemas também se aproveitam da transparência das chances para gerar estímulos: chances de recompensas mais raras podem ser aumentadas conforme o jogador efetua tentativas, ou até mesmo recompensá-lo com um item ou personagem de maior raridade caso ele tenha obtido uma série de recompensas de nível baixo. Esta prática está presente no jogo *mobile Fire Emblem Heroes* (Intelligent Systems, Nintendo, 2017), que discutiremos à frente. Aumentar as chances progressivamente faz o jogador acreditar que possui chances melhores de adquirir a recompensa que almeja. Dessa forma, o jogador é atraído a efetuar cada vez mais tentativas – e caso pense em desistir, seu progresso é dado como desperdiçado, forçando-o a investir continuamente em mais chances.

As derrotas e perdas causam um impacto psicológico negativo muito mais significativo que o impacto positivo gerado pelas vitórias e conquistas (KAHNEMAN; KNETSCH; THALER, 1991). Dessa forma, a sensação de desperdício ou perda é um grande motivador, que faz com que o jogador se mantenha comprometido com as tentativas, até não ter mais condições de investir. A partir desta constatação, podemos considerar o comportamento do jogador como guiado pela “*falácia dos custos irreparáveis*”, que, de acordo, com Kahneman et al (1991), acontece quando alguém tenta



continuamente reparar o esforço realizado ao investir dinheiro, tempo ou empenho. Os jogadores nesse cenário entram em um estado de esperança de reaverem o que foi investido a partir do valor simbólico da possível recompensa almejada. Quanto mais o jogador investe, seja valor monetário ou até mesmo o próprio tempo de jogo, mais difícil se torna sair deste ciclo. A transparência de informações sobre as recompensas e do aumento progressivo das chances tornam o jogador mais suscetível à experiência deste fenômeno.

Apesar da possibilidade de jogar um *gacha* de forma completamente gratuita, muitos dos incentivos presentes neles costumam se esvaír com o tempo. Dessa forma, os jogadores *free-to-play* são atraídos aos poucos a gastarem pequenas quantias para adquirirem personagens melhores, recompensas mais raras e assim aprimorarem sua experiência de jogo (ASKELÖF, 2013). Os próprios tutoriais dos *gachas*, ainda que não se debrucem exatamente sobre a experiência das recompensas provenientes das transações em moeda corrente – *real money trade* – educam o jogador nos processos de rolagem de chances e recompensas, preparando-o para efetuar transações eventualmente. Fatores de incentivos gratuitos tornam o ambiente dos *gachas* bastante semelhante aos dos cassinos, que também oferecem estímulos gratuitos – ainda que os *gachas* não ofereçam recompensas monetárias em si. O valor simbólico das recompensas pela raridade e pela possibilidade de *pay-to-win*, contudo, criam um paralelo similar aos ganhos de apostas, conferindo estímulos, atrações e comportamentos de altos investimentos (SHIBUYA; TERAMOTO; SHOUN, 2015).

Assim, é comum encontrar *whales* – jogadores que investem muito dinheiro – nestes jogos. O intuito destes, naturalmente, é aprimorar o máximo possível sua experiência de jogo, adquirindo com maior facilidade recompensas de maior raridade e personagens mais poderosos. É graças a este tipo de jogador e aos estímulos sazonais como os eventos de tempo limitado que estes tipos de jogos conseguem atingir uma longevidade considerável. Por fim, é comum também nestes jogos estar presente um fator social, que funciona como um estímulo implícito ao jogador. No jogo mobile *Saint Seiya Awakening* existe uma sessão que notifica quando um jogador do servidor adquire um personagem de grande raridade, além de ser possível criar clãs para *raids*, o que demanda personagens mais fortes, variados e raros. Interações sociais são consideradas como um fator primordial para atrair jogadores (YEE, 2006), e nos *gachas* essa dinâmica é



---

particularmente eficaz. É comum jogadores novatos procurarem grupos ou comunidades do jogo, estas possuindo espaços para compartilhamento de conquistas e aproveitamento em eventos. Dessa forma, os jogadores acabam sendo levados a um comportamento de “bando” (BANNERJEE, 1992), compelidos a gastar para participar da comunidade.

No artigo “*Thinking Outside the Lootbox: Balancing on the Scale of Gacha*”, os pesquisadores Erik Jigvall e Kevin Alonso resgataram um conceito útil a respeito dos gacha, o *dark game design*, ou game design obscuro. Trata-se de um conceito introduzido por José P. Zagal e outros pesquisadores em uma pesquisa sobre os padrões no design de jogos. Nele, é abordado os casos em que os designers criam padrões para gerar experiências negativas ao jogador. Podemos incluir o fator de frustração nesse quesito.

Isso leva aos casos de “balanceamento” e valores do jogador a preferir certos tipos de gacha. Em Mario Kart Tour que citamos acima, a transparência de chances nele é revelada através de quantidade. Por exemplo, em uma roleta, existem 100 recompensas, e apenas 10 delas são de itens raros. Dessa forma, quanto mais você joga, mais a roleta se esvazia ao ponto que o jogador pode chegar ao cenário de apenas restar os itens raros. Em *Fire Emblem Heroes* e *Saint Seiya Awakening* não são reveladas quantidades, mas sim chances. Um personagem 5 estrelas do Fire Emblem ou rank S/SS no Saint Seiya possuem chances ínfimas de serem adquiridos, mas o balanceamento ocorre nestes jogos através de garantias: Fire Emblem Heroes aumenta progressivamente as chances de um personagem raro vir à cada chance consumida e diminui custo de chances progressivamente e Saint Seiya Awakening recompensa o jogador com fragmentos em cada chance, coletando 100 fragmentos, um personagem raro é garantido.

Este “Balanceamento” encobre na realidade uma prática de persuasão ao jogador, estimulando o gasto progressivo. Isso leva a questionamentos sobre o potencial que estes jogos tem de gerar vícios. É comprovado que esse tipo de entretenimento gera estímulos de prazer, o que pode configurar como uma prática abusiva o custo de chances (o que motivou a regulamentação e proibição de cassinos em diversos locais). O fator *freemium* acaba sendo atrativo para também jogadores casuais, inclusive menores de idade, que podem se sujeitar a situações de gastos que requerem uma compreensão madura de riscos e oportunidades.

### **3. *Fire Emblem Heroes*, uma aproximação**

---

*Fire Emblem Heroes* (Intelligent Systems, Nintendo, 2017) foi lançado para as plataformas *mobile* em 2017. O jogo é o primeiro título da franquia lançado para celulares e um dos primeiros da linha de jogos da Nintendo em smartphones, precedido apenas por *Miitomo* (Nintendo, 2015) e *Super Mario Run* (Nintendo, 2016). Assim como os jogos principais da série, *Fire Emblem Heroes* é um jogo de RPG tático, no qual os jogadores montam uma equipe de quatro personagens para entrar em combate contra uma equipe de personagens controlada por uma inteligência artificial.

O jogo é dividido em espaços: o inicial é o castelo, onde o jogador encontra notificações, lista de amigos, presentes e missões. Também é possível encontrar um brinde oferecido pelos amigos do jogo diariamente – uma das mais tradicionais estratégias de retenção utilizadas por jogos *mobile*. Em seguida, o jogador pode optar pelas seções de combate, aliados, invocações, loja e configurações. A seção de combate é local principal do jogo, a qual se é possível entrar em combates, sejam eles de treino, desafio, ranqueados, eventos e seguir a história do jogo. Para acessar estas opções, é necessário possuir uma equipe de 4 personagens, que podem ser escolhidos na seção de aliados. Também é possível fortalecer os personagens e realizar outras interações para aprimorá-los nesta seção.

A seção de invocações é onde reside a mecânica *gacha* de *Fire Emblem Heroes*. Nela, o jogador pode adquirir novos personagens e fortalecer os que já possui. A moeda virtual do jogo são os *orbes*, usados para invocar os diversos personagens da franquia. O jogo oferece uma invocação gratuita na primeira sequência de invocações de um conjunto de preferência. Numa mesma sequência podem ser realizadas 5 invocações, nas quais são gastos *orbes*. A partir daí, todas as invocações são pagas inteiramente em *orbes* – que podem ser adquiridas a partir de transações pagas com moeda corrente. O jogo estimula o jogador a realizar várias invocações numa mesma sequência, oferecendo um barateamento de custo por invocações consecutivas. Na seção da loja, além de comprar *orbes* com dinheiro real, é possível adquirir heróis mais raros, pacotes promocionais e um passe *premium*.

Os personagens de *Fire Emblem Heroes* são categorizados a partir da arma que usam, seu tipo de movimento e montaria. Os tipos iniciais são definidos pelo triângulo de armas: espada (cor vermelha), machado (cor verde) e lança (cor azul). A espada possui vantagem contra o machado, este por sua vez possui vantagem contra a lança e esta contra

---

a espada. Existem também as armas de longa distância como tomos de magia, arcos, equipamento ninja, cajados e *dragonstones*, todas estas seguem as vantagens por cores assim como as armas principais. Existem também armas incolores, que não possuem vantagens ou desvantagens. As invocações do sistema de *gacha* são agrupadas por cores: por exemplo, o jogador pode selecionar uma invocação azul, onde ele irá ser recompensado com um personagem usuário de lança ou das armas à longa distância azuis.

O tipo de movimento define quantos espaços o personagem consegue percorrer por ação, as unidades de armadura pesada se movem 1 espaço, infantarias 3 e montarias à cavalo 4. Também existem as montarias voadoras como serpes e pégasos, que conseguem andar por terreno instável. Todos os personagens possuem atributos e habilidades, que os diferenciam uns dos outros. Inclusive, cada personagem possui valores individuais, que podem aumentar e diminuir atributos específicos, ou manter todos equilibrados. Dessa forma, mesmo que o jogador invoque dois personagens iguais, dificilmente estes possuirão os mesmos valores de atributo.

Por fim, todos os personagens são classificados por estrelas. Quanto mais alta a classificação do personagem, mais opções de habilidades ele possui. A classificação é dividida entre 1 a 5 estrelas, quanto mais estrelas, mais raros estes personagens serão nas invocações. É possível também aprimorar o nível de estrelas de um personagem, permitindo que ele consiga aprender novas habilidades. As diferentes variações de personagens permite que o jogador crie diferentes equipes para os diversos desafios que o jogo oferece nos combates normais e ranqueados.

*Fire Emblem Heroes* oferece recompensas para cada combate que o jogador completa, estas podem variar entre orbes e itens de aprimoramento de personagem. Dessa forma, torna-se possível jogar gratuitamente, apenas recolhendo as recompensas gratuitas – embora demande muito tempo de investimento em ações muitas vezes irrelevantes. Para além disso, os desafios dos níveis maiores de dificuldade, que recompensam com mais orbes, requerem uma equipe mais forte para serem vencidos. O sistema de ranqueamento do jogo coleta equipes de outros jogadores para a inteligência artificial contra o jogador. Assim, quanto mais forte uma equipe do jogador, mais prático se torna subir os ranques. O jogo oferece personagens de classe elevada gratuitamente para os jogadores em eventos da história do jogo ou em lançamentos de heróis especiais.

---

A *Intelligent Systems*, empresa responsável pela manutenção do jogo, promove eventos de *gacha* com frequência, muitas das vezes para lançar novos personagens ou novas versões de personagens já existentes. Os personagens nos jogos principais podem possuir diversas classes, o que é aproveitado em *Fire Emblem Heroes* para criar novos personagens como versões alternativas de um já existente. Ademais, também existem eventos de datas comemorativas, como Páscoa, Halloween e Natal, os quais apresentam personagens fantasiados ou em trajes comuns destes eventos. A quantidade de versões de um único personagem abre a possibilidade de um fator colecionável ao jogo, estimulando o jogador a possuir diversas versões de seu personagem favorito e montar equipes com várias versões de um único herói. É importante salientar também que *Fire Emblem Heroes* oferece apenas um limite inicial de 300 personagens. Para ampliar este limite, é necessário gastar um orbe para expandir o limite em 5 espaços.

*Fire Emblem Heroes* também possui um grande fator social que é presente dentro do jogo em eventos de votações, chamados de “Torneios de Votos”. Estes eventos revelam a popularidade de determinados personagens das franquias e recompensam os jogadores que votam com itens. Anualmente é realizado também o evento “Escolha suas lendas”, em que os jogadores podem escolher seus heróis favoritos. Os personagens mais votados são oferecidos aos jogadores gratuitamente, os quais podem escolher um entre os quatro mais populares. Caso queira obter todos, é necessário gastar orbes em *gacha*.

Por fim, é comum encontrar grupos em redes sociais do jogo, onde os jogadores compartilham suas recompensas, discutem sobre as novidades e a história do jogo e se ajudam, recomendando equipes, construção de habilidades para os personagens e dicas dos desafios.

### **Considerações Finais**

Neste trabalho, procuramos abordar o fenômeno da apropriação de mecanismos de jogo, bem como sua associação a sistemas de exploração do investimento financeiro como forma de progresso irrestrito e não condicionado pela perícia técnica. No caso específico sobre o qual nos debruçamos, observamos este fenômeno tal como implementado nos *gachas*, jogos que se utilizam de estruturas de azar – *gambling* – aliadas a microtransações, com o intuito de reter a atenção e provocar o investimento em

bens virtuais que são utilizados para navegar com maior facilidade os desafios postos pelo jogo.

A percepção desenvolvida neste trabalho a partir de sua exploração teórica e da explicação de como estas dinâmicas acontecem no jogo *Fire Emblem Heroes* ilustrou que a discussão sobre ética no *game design* é imprescindível para que possamos compreender o papel do Jogo na organização da experiência midiática contemporânea. A discussão suscitada aponta para um uso de plataformas de entretenimento que, a despeito de se relacionarem com elementos dos *video games*, subvertem o propósito da diversão, incitando comportamentos particulares a partir da implementação de dinâmicas de jogos de azar. Estas dinâmicas assumem uma característica particularmente persuasiva quando combinadas ao fato de que a premiação destas *slot machines* digitais possui um sentido e propósito particulares no *gameworld*. Uma das condições apresentadas, então, é a de que a partir de seu funcionamento, os *gachas* acabam comercializando atalhos para sua jogabilidade, que muitas vezes sequer demanda qualquer perícia dos jogadores. Esta dimensão nos sugere que a exploração futura deva se depositar precisamente sobre motivações e padrões comportamentais no uso dessas plataformas.

Para além desta discussão, o artigo busca problematizar a forma a partir da qual o jogo foi cooptado por dimensões do capitalismo neoliberal e como este acaba por utilizar uma estrutura de estímulo-recompensa, muitas vezes extirpando-a de seu sentido de diversão, em um processo que apenas remete à experiência do jogo, mas sem nunca tocá-la realmente.

## REFERÊNCIAS

ASKELÖF, P. **Monetization of social network games in japan and the west**. Lund: Lund University, 2013.

BANERJEE, A., A simple model of herd behavior. **Quarterly Journal of Economics**. V. 107, N. 1, pp. 797-817, 1992.

CERULLI-HARMS, A.; MÜNSCH, M.; THORUN, C.; MICHAELSEN, F.; HAUSEMER, P. **Loot boxes in online games and their effect on consumers, in particular young consumers**. Publication for the committee on the Internal Market and Consumer Protection (IMCO), Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, European Parliament, Luxembourg, 2020.

---

DESAI, R. A.; KRISHNAN-SARIN, S.; CAVALLO, D.; POTENZA, M. N. Video-gaming among high school students: health correlates, gender differences, and problematic gaming. **Pediatrics**, V. 126, N. 6, 2010.

DRUMMOND, A.; SAUER, J. D. Video game loot boxes are psychologically akin to gambling. **Nature Human Behaviour**, V. 2, N. 8, pp. 530–532, 2018.

FALCÃO, T. Relações de Ação e Agência em *World of Warcraft*. **Mídia e Cotidiano**, V. 10, n. 10, 2016.

GRIFFITHS, M. D. Is the buying of loot boxes in video games a form of gambling or gaming? **Gaming Law Review**, V. 22, N. 1, 2018.

KAHNEMAN, D.; KNETSCH, J. L.; THALER, R. H.. Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias. **Journal of Economic Perspectives**, V. 5, N. 1, pp. 193-206, 1991.

KARLSEN, F. **A World of Excesses**. Online Games and Excessive Playing. London: Routledge, 2016.

KOEDER, M.; TANAKA, E.; HITOSHI, M. Exploring the game-of-chance elements in Japanese F2P mobile games. Qualitative analysis of paying and non-paying player's emotions exploring the game-of-chance elements in F2P mobile games. **DHU Journal**, V. 5, pp. 16–28, 2018.

MCCAFFREY, M. The macro problem of microtransactions: The self-regulatory challenges of video game loot boxes. **Business Horizons**, V. 62, N. 4, pp. 483–495, 2019.

MUSSA, I.; FALCÃO, T.; MACEDO, T. Lazer liminar. colonização do jogo e trabalho do jogador no RappiGames. **Antares: Letras e Humanidades**. No prelo. 2020.

SHIBUYA, A.; TERAMOTO, M.; SHOUN, A. Systematic Analysis of In-Game Purchases and Social Features of Mobile Social Games in Japan. **Proceedings of the Digital Games Research Association Conference**, V. 12, 2015.

SCHULL, N. D. Digital Gambling: The Coincidence of Desire and Design. **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, V. 597, N. 1, pp. 65–81, 2005.

WOODCOCK, J. **Marx at the Arcade**. Consoles. Controllers, and Class Struggle. Chicago: Haymarket Books, 2019.

YEE, N. Motivations for Play in Online Games. **CyberPsychology & Behavior**, V. 9, N. 6, pp. 772–775, 2006.