

A Trilogia das Máscaras e os bens culturais: um estudo de caso sobre a expansão da economia criativa no Brasil e suas implicações patrimoniais e econômicas¹

Albano Francisco Schmidt²
Bárbara Cristina Berger³

Resumo

O presente artigo propõe uma análise da importância econômica dos bens culturais – atrelado aos conceitos contemporâneos da economia criativa – através de um estudo de caso dos jogos de tabuleiro. Na medida do possível se buscou um diálogo interdisciplinar entre os campos do patrimônio cultural e dos jogos e sua forma de interação recíproca, iniciando-se com uma análise do que é o Patrimônio Cultural, o que é cultura e como o bem cultural se difere de outros bens patrimoniais. Como estudo de caso para arrimar o aporte teórico, se utilizou os jogos de tabuleiro que compõem a chamada Trilogia das Máscaras: um grupo de jogos baseados na simplificação das culturas maia (Tikal), inca (Cuzco) e asteca (México), disponível em diversos países e línguas, inclusive no Brasil, em português. A intenção foi de aflorar as discussões sobre os bens culturais protegidos no país e no mundo e na forma que estes têm sido utilizados em apropriações privadas, para fins essencialmente econômicos.

Palavras-Chave: Bens culturais; economia criativa; economia do patrimônio.

1. Introdução

O presente artigo propõe uma análise da importância econômica dos bens culturais – atrelado aos conceitos contemporâneos da economia criativa – através de um estudo de caso dos jogos de tabuleiro. Na medida do possível se buscou um diálogo interdisciplinar entre os campos do patrimônio cultural e dos jogos e sua forma de interação recíproca, uma vez que os jogos são produtos diretos da cultura, bens culturais materiais com implicações imateriais. Eles constroem memórias, laços afetivos, moldam respostas de reação e possibilitam a construção de conhecimentos, de maneira menos formal e mais interativa do que formas tradicionais de ensino-aprendizagem.

É difícil encontrar alguém que não tenha uma memória nítida de estar sentado em uma mesa jogando, seja quando era criança ou mesmo em durante grande parte da sua vida adulta. Os jogos são ensinados primeiramente dentro de casa para auxiliar no desenvolvimento e criar laços: são, de certa forma, heranças culturais familiares. As bisavós passaram as avós que

¹ Os autores agradecem o suporte imprescindível da CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior para os estudos realizados no presente artigo. Investir em educação e pesquisa é, em primeira e última análise, investir no futuro do Brasil.

² Doutorando no programa de Pós-Graduação em Patrimônio Cultural e Sociedade da UNIVILLE. Mestre em Direito pela PUC/PR. Professor da graduação em Direito da UNISOCIESC. Advogado. Jogador. E-mail para contato: albano_s@terra.com.br. Joinville, Santa Catarina, Brasil

³ Acadêmica do curso de Direito da UNISOCIESC. Jogadora. E-mail para contato: barbara.berger@hotmail.com. Joinville, Santa Catarina, Brasil.

passaram aos pais que chegaram até as atuais gerações. Hoje, para além disso, dada a sua produção industrial e não mais artesanal, eles também se apresentam como representantes diretos da economia criativa, de modo que a pesquisa buscará mensurar parte de seus impactos no desenvolvimento econômico.

Finaliza com um pequeno estudo de caso sobre os jogos de tabuleiro que compõem a Trilogia das Máscaras, onde problematiza-se a questão dos jogos patrimoniais.

2. Os bens culturais

Os bens culturais podem ser entendidos como um verdadeiro “atravessamento entre o mundo do Direito, o mundo da vida e o mundo da cultura” (ALEXANDRINO, 2009, p. 12). Essa convergência de direitos em valores culturais começou a ser reconhecida juridicamente em 1874, através da Declaração de Bruxelas. O acordo internacional ao ditar sobre as leis e costumes de guerra, passou a reconhecer as obras de arte como patrimônio, ao legislar sobre a pilhagem e roubo de obras de arte.

O Patrimônio Cultural ainda hoje pode ser visto como uma vítima da guerra. Além de financiar o terrorismo, as pilhagens e saques do patrimônio cultural constituem uma forma de “genocídio da herança cultural” (SOARES, 2018, p. 2). Daí decorre a grande importância da Declaração de Bruxelas no estudo das relações culturais como marco histórico e, para o Patrimônio Cultural, o início de uma longa jornada jurídica, pois a retro mencionada declaração estatui que:

Art. 8. A propriedade dos municípios, aquela das instituições dedicadas à religião, caridade e educação, as artes e ciências, mesmo quando a propriedade do Estado, será tratada como propriedade privada.

Toda apreensão ou destruição ou dano intencional a instituições desse caráter, monumentos históricos, obras de arte e ciência deve ser objeto de processo judicial pelas autoridades competentes (BRUXELAS, 1874, p. 1).

O reconhecimento das obras de arte e monumentos históricos como propriedade privada iniciou uma discussão sobre valorização da cultura e a carga valorativa que apresentam. Pires (1994) identifica que essa carga é atribuída no duplo processo identitário e de fruição. O valor cultural histórico que o patrimônio apresenta ou apresentou para identidade da sociedade em que está estabelecido cria um valor intrínseco e insubstituível que merece ser protegido – por isso, também, se opta por grifar Patrimônio Cultural em letras maiúsculas, uma vez que representa uma série de elementos que vão muito além do seu aspecto material.

Em sintonia com os outros países, o Brasil desenvolveu a sua própria legislação sobre o Patrimônio Cultural, recodificada especialmente a partir da Constituição Federal (BRASIL,

1988), que definiu o que são os bens culturais, estabeleceu normas de proteção a estes e destacou sua importância:

Art. 216. Constituem Patrimônio Cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

I - as formas de expressão;

II - os modos de criar, fazer e viver;

III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

§ 1º O poder público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o Patrimônio Cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação. (...)

§ 3º A lei estabelecerá incentivos para a produção e o conhecimento de bens e valores culturais.

§ 4º Os danos e ameaças ao Patrimônio Cultural serão punidos, na forma da lei.

Schmidt, Gusso e Carelli (2020, p. 12), ao realizarem uma análise do direito à cultura concluíram que “resta clara a percepção que, ao menos na esfera constitucional-legislativa, caminha bem o Brasil na proteção dos direitos e garantias culturais”. Entretanto, a pergunta central talvez seja: o que separa os bens culturais dos outros bens? A Comissão Franceschini (1966), definiu os bens culturais em sua primeira declaração como qualquer bem que tenha testemunho material com valor de civilização. A complexidade dos bens culturais ultrapassa seus três aspectos extrínsecos: a) materialidade; b) valor; c) proprietário.

Sobre o ponto “a”, um bem cultural não necessita de materialidade (embora possa tê-la), pois pode estar completamente deslocado da sua materialidade ou pode ter sido completamente descaracterizado: basta se pensar nas ruínas de um forte que um dia já se ergueram orgulhosamente. Nesse caso a ruína tem valor de civilização e constitui uma entidade material, entretanto a ruína é apenas o suporte físico do bem imaterial e não o bem jurídico em si.

Em relação a “b”, sabe-se que valor do bem cultural não está na sua forma, mas sim no seu significado. Alexandrino (2009, p. 5) identifica esse significado como um interesse ou “a circunstância de ele ser testemunho de cultura e civilização”.

Quando se fala em Arte – também grafada em maiúsculo - como bem cultural, o debate se torna ainda mais complexo. Nem todo bem cultural é uma obra de arte, mas toda obra de arte é um bem cultural. A arte é um bem material, com valor cultural imaterial e valor de mercado.

Um ótimo exemplo contemporâneo aconteceu em Paris, na Galerie Perrotin. De acordo com a CBS News (2020), a galeria de arte vendeu uma peça de arte Maurizio Cattelan composta por uma banana e uma fita adesiva por 120 mil dólares. A banana e a fita são comuns e devem ser trocadas quando a banana naturalmente apodrecer. Sendo assim, a materialidade da obra está no certificado de autenticação que a acompanha e a imaterialidade na sua representação. Tal acontecimento rapidamente virou manchete em todo o mundo, entretanto uma obra artística composta de uma ideia que extravasa a sua materialidade não parece ser uma grande inovação desde Duchamp.

Marcel Duchamp (1887-1968) levou o debate do dadaísmo ao extremo com a utilização de *ready-mades* (obras de arte feitas com objetos funcionais com pouca alteração). Sua mais icônica obra – Fonte - é composta de um mictório com a assinatura de uma firma de engenheiros sanitários “R. Mutt” e a data, 1917. Duchamp, como Cattelan, questionava o que constitui a obra de arte e indagava a ideia de valor material dentro da sociedade, enquanto o Dadaísmo na mesma época questionava o valor do bem cultural e o seu propósito (FARTHING, 2011).

Sobre o último ponto (“c” - proprietário), quando se fala de bem patrimonial ele pode ser tanto público como privado. Parece que, em última análise, o Patrimônio Cultural não pertence a ninguém, na medida em que seu real sentido é a fruição pública (ALEXANDRINO, 2009).

Sob uma lógica jurídica, os bens culturais se referem a um Patrimônio Cultural protegido; todavia, no seu sentido mais básico, bem cultural é tudo aquilo que é produzido pela cultura (CARSALADE, 2016).

Se bens culturais é um termo complexo, o que se dirá da própria cultura. White (1959), aponta que nos anos 50 Tylor, Kroeber e Kluckhohn transcreveram, classificaram e comentaram 164 definições diferentes de para o termo cultura. A palavra é conceituada das mais diversas maneiras, sendo tratada em paralelo com civilização, humanidade, personalidade, direitos humanos, entre tantos outros temas que com ela convergem, daí seu viés de interdisciplinaridade – apesar de uma, a Cultura é definida diferentemente em cada um dos campos (BOURDIEU, 2004) que a estuda.

A vertente utilizada nesse debate é a de Flusser (2007), de cultura como o ato de colher das coisas extraídas da natureza. O homem se insere no processo cultural ao colher da natureza e simbolizar o que colheu por meio de transformações. Essa troca simbólica que acontece é o processo cultural, é a maneira do homem compreender e interpretar o mundo.

3. Os bens culturais como um produto da economia criativa

Para além dos bens culturais e seus produtos materiais ou imateriais já produzidos, existe a economia criativa que é a responsável por todo o processo de criação desses bens. A economia criativa engloba todos os serviços e produtos que derivam da criatividade, habilidade ou talento inatos do gênio humano (SCHMIDT, GUSSO, CARELLI, 2019).

No livro *The Rise Of Creativity Class*, Richard Florida, um dos pioneiros no estudo da economia criativa no mundo, se vale das ideias de Dean Keith Simonton, para descrever a criatividade como o ato de trazer algo útil ao mundo, que funciona e não é óbvio. É a conjunção de novidade, utilidade e surpresa (FLORIDA, 2019). Ou, para a legislação brasileira de propriedade intelectual são os requisitos de novidade e atividade inventiva, que depois de somados a aplicabilidade industrial se tornam o modelo mais aceito do que seja uma patente (BRASIL, 1996).

A indústria criativa é de extrema importância no mundo globalizado, pois auxilia nesse processo de intercâmbio de bens, pessoas e de valores, quiçá o maior já verificado na história (PIRES, 1994). Conforme Bauman (2007) muito bem explica, a contemporaneidade não tem mais espaço para ideias repetidas e produtos conhecidos, com o alto fluxo de informação diário as pessoas estão sempre buscando pelo novo, aprendendo cada vez mais rápido na mesma rapidez com que se pratica o esquecimento.

De acordo com Miguez (2007) a expressão economia criativa apareceu pela primeira vez em 2001 na matéria de capa da edição especial de agosto da revista *Business Week*, intitulada *The Creative Economy – the 21 century corporation* (COY, 2001). Em pouco mais de uma década, a economia criativa movimentou US\$ 624 bilhões em todo o mundo, segundo a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2013).

A sua expansão só foi e é possível devido ao grande mercado que a envolve: desde as indústrias criativas, o marketing, o turismo cultural, as empresas de tecnologia, e é claro os grandes conglomerados de produção cultural que movimentam mais de um setor ao mesmo tempo.

Schmidt, Gusso e Carelli (2019), analisam um importante fator do impacto da economia criativa no mundo: a geração de emprego e de renda resultante de sua expansão.

Apenas no Brasil, o setor emprega de maneira direta aproximadamente 46 milhões de pessoas, com uma remuneração salarial de R\$2.777,00 (dois mil setecentos e setenta e sete reais), mais de R\$500,00 (quinhentos reais) acima da média nacional (o que em termos percentuais representa um incremento da ordem de 30%) para o ano 2017 (SCHMIDT; GUSSO; CARELLI; 2019).

Fonseca (2011) se mostra otimista com esse incremento de emprego e renda, todavia, mais detalhados estudos sobre sua distribuição e especialmente pulverização dentre as diferentes classes brasileiras se mostra necessário – especialmente se o que realmente se almeja seja o desenvolvimento econômico incluyente, sustentável e sustentado de Sachs (2004). Nessa linha, como modesta contribuição a problemática, passa-se a abordar a questão dos jogos dentro da análise da economia criativa.

3.1. A importância da parcela dos jogos de tabuleiro dentro da economia criativa.

Devido a vanguarda da pesquisa proposta, não se tem informações seguras do tamanho do mercado de jogos de tabuleiro no Brasil. O levantamento da ABRINC – Associação brasileira de brinquedos (2019), revelou que o setor de jogos analógicos representou 9,7% das vendas de brinquedos em 2018, um número constante desde 2010. Em 2018 o faturamento total no ramo de brinquedos foi de R\$ 6,871 bilhões, logo apenas o mercado de jogos analógicos representa um mercado de aproximadamente R\$ 665 milhões.

Tabela 1 - Vendas por linhas e canais: brinquedos

| VENDAS POR LINHAS E CANAIS | | | | | | | | |
|--|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | Unid.: (%) | | | | | | | |
| LINHA DE BRINQUEDOS | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Veículos (carrinhos, motos, pistas) | 11,2% | 13,7% | 14,2% | 15,5% | 14,2% | 15,1% | 15,5% | 16,7% |
| Reprodução mundo real (jogos de panela, móveis, kit mecânico) | 8,9% | 7,7% | 9,9% | 9,1% | 9,5% | 10,2% | 9,1% | 8,5% |
| Blocos de construção (encaixe para montagem de estruturas) | 3,9% | 3,8% | 4,5% | 3,9% | 4,1% | 3,6% | 5,1% | 4,9% |
| Bonecas e bonecos em geral e seus acessórios | 17,5% | 16,2% | 18,1% | 19,2% | 19,7% | 18,7% | 18,9% | 19,2% |
| Puericultura (mordedores, chocalho, móbile) | 8,5% | 7,8% | 8,1% | 7,9% | 6,3% | 6,1% | 6,2% | 6,8% |
| Jogos (tabuleiro, cartas, figuras, memória) | 9,4% | 10,5% | 9,8% | 8,6% | 10,2% | 8,9% | 9,1% | 9,7% |
| Pelúcia | 5,2% | 6,1% | 5,0% | 4,5% | 4,7% | 4,1% | 4,3% | 3,6% |
| Madeira | 7,4% | 7,2% | 4,4% | 5,2% | 5,1% | 3,6% | 2,9% | 2,5% |
| Elétronicos e áudio-visuais (tablets e laptops de brinquedo, perguntas e respostas, videogames) | 2,4% | 2,8% | 4,1% | 3,7% | 4,7% | 4,2% | 4,0% | 3,7% |
| Esportivo (patins, patinete, triciclo e veículos a pedal ou elétricos, bicicletas, lançadores de água) | 8,7% | 10,0% | 10,1% | 9,4% | 9,8% | 12,0% | 13,5% | 12,1% |
| Fantasia (roupas de personagens ou mitos, acessórios como unha postiça, maquiagem de brinquedo, aplique de cabelo) | 2,4% | 2,9% | 3,4% | 3,9% | 3,8% | 1,4% | 1,9% | 1,8% |
| Outros | 14,6% | 11,3% | 8,5% | 9,1% | 7,9% | 12,0% | 9,5% | 10,5% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Fonte: ABRINC, 2019.

Números podem ser uma das maneiras mais didáticas de explicar e conceitualizar a importância de qualquer assunto. Entretanto, a abordagem utilizada por Sax (2017) no livro “A Vingança dos Analógicos”, pode ser a forma mais apropriada de conduzir o estudo deste tema. Ele se aprofundou no mundo dos objetos analógicos ao escrever seu livro, em uma imersão literária e pessoal. Sua trajetória começa quando ele encontra um disco de vinil que o levou a estudar toda a cadeia por trás daquele objeto: quem o produziu? De que modo? As pessoas ainda escutam discos de vinil na época da música via *streaming*? Partindo dos vinis, o autor começa a identificar toda uma onda de produtos analógicos que já foram inovados digitalmente e hoje ressurgem clamando seu lugar dentro da economia criativa e a impulsionam de sua própria maneira. Ao chegar nos jogos de tabuleiro, notou sua primeira diferença deles para os outros produtos que foram alvo de sua pesquisa:

Diferentemente da correspondência em papel, de discos de vinil e do filme fotográfico jogos de tabuleiro e de cartas (ambos classificados pela indústria de jogos de mesa) não foram destruídos pela competição digital. Enquanto houve um declínio geral na indústria de jogos de tabuleiro, desde o seu ápice no início dos anos 1980, devido principalmente ao crescimento do videogame, não aconteceu da indústria dos jogos de mesa ter quase desaparecido ou seus agentes principais terem pedido falência. [...]

O que aconteceu com os jogos de tabuleiro foi mais um declive permanente que afetou as vendas, e mais importante que isso, a qualidade (SAX, 2017, p. 102).

Essa é a primeira diferença dos jogos analógicos para os outros produtos, conforme os dados econômicos analisados posteriormente neste ponto irão mostrar.

Mas porque os jogos analógicos voltaram a crescer? Segundo Sax (2017, p. 111) a “cultura popular se apaixonou pela cultura ‘geek’ na década passada” e pela primeira vez ser *nerd* significa “ser legal”. Nos últimos anos o foco se deslocou para a tecnologia – e a indústria criativa como um todo – e tudo que antes era considerado exclusivo do mundo *geek*, como os jogos de videogame, RPG – *role playing games* (jogos de interpretação de papéis, cujo principal *boom* foi os anos 90) e os filmes de super heróis, passaram a bater recordes no cinema e até ganharam Oscars (Superman – 1979; Batman – 1989; Batman: O Cavaleiro das Trevas – 2010; Esquadrão Suicida – 2017; Homem-Aranha no Aranhaverso – 2019; Pantera Negra – 2019; Coringa - 2019⁴).

Eventos de videogame, histórias em quadrinhos e cultura pop tem tido suas maiores edições histórias: a CCXP – *Comic Con Experience* (versão brasileira da Comic Con San Diego, que completou 50 anos em 2020) bateu o recorde de público em 2019 com 280 mil

⁴ A lista completa está disponível no site Jovem Nerd: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/relembre-todos-os-filmes-de-super-herois-que-ja-ganharam-um-oscar/>

pessoas de acordo com o site oficial⁵. Séries e filmes, além de terem se tornado uma das maiores fontes de entretenimento (em 2018 as plataformas de *streaming* atingiram 613 milhões de assinantes, 27% a mais que 2017 segundo dados da MPAA, antes mesmo da pandemia do corona vírus) tem como protagonistas personagens *geeks* apaixonados por cultura pop e cenas com jogos analógicos, como foi o caso das doze temporadas da série *The Big Bang Theory* (2007 - 2019, CBS) e sua média de quase 20 milhões de espectadores por episódio⁶.

A grande mola propulsora dessa “revanche do analógico”, como chama Sax (2017, título da obra), talvez seja justamente a ausência de um contato humano nos jogos digitais: por mais que estes sejam cada vez mais realistas e que hoje contam com todo um aparato de comunicação em tempo real, parece que o ser humano ainda necessita do contato físico e pessoal de seus antepassados para sentir-se satisfeito com a experiência. Lembre-se que o ser humano, nessa longa caminhada desde as savanas, sempre seguiu sendo um ser gregário e foi somente através da socialização (FREIRE, 2018) e do nascimento das civilizações e culturas daí decorrentes que conseguiu sair de lá e chegar até Azeroth (BLIZZARD, 2020)⁷.

Quiçá, o fato de os jogos digitais serem, em verdade, “apenas uma desculpa para se reunir, mas uma desculpa perfeitamente desenhada e única” (SAX, 2017, p. 106), tenha ajudado a cativar os mais de 12 milhões de jogadores recorrentes (BBC, 2019) dispostos a gastar horas e dinheiro muito reais em uma simulação. Todavia, esse é também seu maior ponto de convergência com os jogos analógicos, pois, em ambos, o que realmente está em jogo é o contato e a aproximação entre os jogadores. Vale destacar, novamente, os efeitos ainda não plenamente mensurados do Covid19 nesse mapa, pois, certamente, ampliou de maneira significativa o tempo e os gastos investidos com jogos – sejam digitais, com amigos; sejam analógicos, com as famílias em casa.

Os jogos são também atrativos pelo seu significado épico, que os/nos:

torna especiais, que transforma nossas buscas em coisas cheias de significados grandiosos e heroicos. Os jogos estão cheios deles, pois podem incluir objetivos como salvar uma nação da destruição vencer o melhor lutador do mundo, derrotar o melhor time de futebol do planeta. Gostamos de nos sentirmos especiais e os jogos nos proporcionam isso. Os significados épicos potencializam o sentido dos desafios e nos dão a sensação de que podemos fazer muito mais (SANTAELLA; NESTERIUK; FAVA; 2018. p. 41).

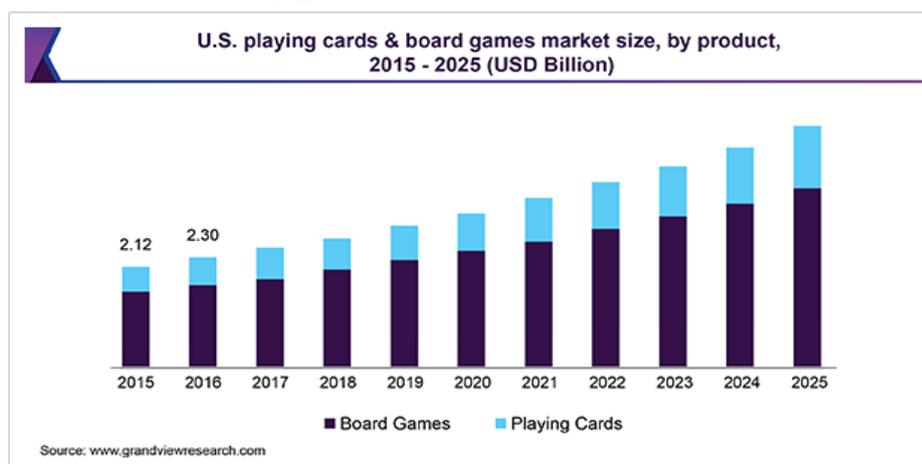
⁵ CCXP 2019: https://www.ccxp.com.br/media/CCXP19_release.pdf

⁶ Que hoje foi ainda transformada em uma linha de bonecos, almofadas, pôsteres e demais colecionáveis que tradicionalmente acompanham esse universo.

⁷ Mundo fictício do jogo de MMORPG – *Massive multiplayer online role-playing game World of Warcraft*, o maior fenômeno de longevidade dos jogos digitais em rede.

Essa parte da economia criativa conhecida como o setor do hobby teve um grande aumento nos últimos anos. A venda dos jogos analógicos na América do Norte mais que dobrou desde 2008, derivado de um crescimento expressivo de dois dígitos ano após ano (SAX, 2017). De acordo com *Grand View Research* o mercado de jogos analógicos foi avaliado mundialmente em 11.95 bilhões de dólares em 2018.

Gráfico 1 – Tamanho do mercado de jogos de cartas e de tabuleiro nos Estados Unidos de 2015 a 2025.



Fonte: GRAND VIEW RESEARCH (2018).

Quando se fala do mercado dos jogos analógicos dentro da economia criativa, não se está falando apenas de editoras de jogos, mas sim de todo um setor que orbita em seu entorno. Trata-se de lojas, casas temáticas, produtoras de acessórios, eventos de jogos, campeonatos, entre outros corpos econômico-financeiros-produtivos.

Um exemplo é a rápida proliferação dos *board game* cafés que estão “incentivando adultos e adolescentes a se conectarem para interações significativas e descobrirem novos jogos no mercado global” (BUTILHEIRO, 2019, p. 2). Foram mais de cinco mil estabelecimentos dedicados aos jogos de tabuleiro abertos no mundo somente em 2016.

A indústria dos jogos analógicos surpreende ao caminhar na contramão do fluxo digital, já que as lojas online têm menor força do que as físicas nesse segmento: em 2017 as vendas presenciais cresceram 8% em comparação com as lojas online. “A força das chamadas FLGS — *Friendly Local Game Store* — tem superado as expectativas e alimentado o mercado não só com vendas, mas também com sua participação na disseminação do hobby para um novo mercado” (BUTILHEIRO, 2019, p. 2).

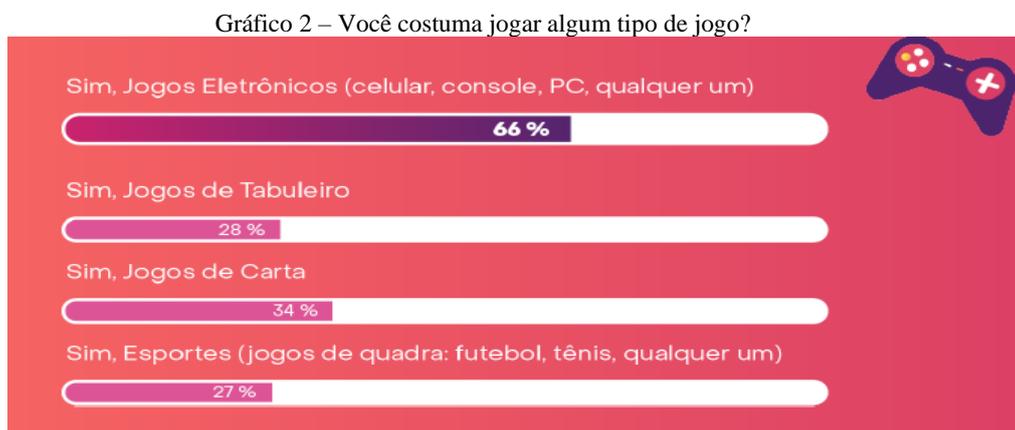
No Brasil, Yuri Fang (fundador da Galápagos Jogos, em São Paulo) acredita no potencial de crescimento do mercado, e com motivos, pois foi um crescimento de 250% em cinco anos. O faturamento da empresa teve um salto de 2 milhões para 16 milhões de reais em quatro anos, segundo uma entrevista concedida para o jornal Folha de São Paulo (2018, p. 1)

na matéria “Empresas recriam jogos de tabuleiro e crescem dez vezes em cinco anos”. Paralelamente cresceu também a média de jogos lançados, sendo, atualmente, em torno de cinquenta novos jogos a cada ano publicados somente pela empresa.

Segundo o estudo realizado na mesma matéria, a Conclave, editora mineira de jogos, trabalhava apenas com livros de RPG até 2013 quando notou a mudança no mercado e começou a se dedicar aos jogos de mesa, que hoje já representam 90% do seu catálogo. A mudança resultou em um crescimento médio de 400% ao ano. A Conclave e a Galápagos são dois grandes *players* do mercado nacional de jogos, contudo, fazem parte de um universo que hoje já conta com mais de 30 editoras e centenas de lojas especializadas espalhadas pelo país. Só em Santa Catarina são cerca de 40 lojas dedicadas a esse segmento, segundo o *Wizards Store Locator*⁸.

A Pesquisa Game Brasil (PGB, 2019) que apura dados sobre os hábitos de consumo e comportamento dos jogadores da América Latina, encontrou resultado semelhante na ampliação do número de jogadores, embora o enfoque da pesquisa seja os jogos virtuais. Em 2018 identificou que 30% dos respondentes consomem jogos de tabuleiro e 34,9% jogam jogos de cartas⁹.

Na edição de 2019, a pesquisa entrevistou 3.251 respondentes com um questionário estruturado quantitativo realizado entre 5 e 8 de fevereiro. Ao questionar se os respondentes têm o costume de jogar algum tipo de jogo, alcançou o seguinte resultado:



Fonte: PGB, 2019.

⁸ Plataforma da empresa Hasbro que permite ao jogador encontrar uma loja que venda ou ofereça eventos de Magic: the Gathering (jogo de cartas colecionáveis) em um raio de 100 km da sua pesquisa, disponível em: <https://locator.wizards.com/>.

⁹ Aqui não estão incluídos os chamados jogos de azar, praticados, essencialmente com cartas de baralho. Quando se fala em jogo de cartas, se está referindo a jogos de cartas colecionáveis, cujo maior exemplo é *Magic: the Gathering*, da *Wizards of the Coast / Hasbro*, seguido de perto por *Pokémon* da Nintendo e *Yugioh*, da Bandai.

Nesse segmento, o mercado de jogos estratégicos e *wargames* cresceu mais de 10% em 2017 e segundo o site ReportLinker, que faz análises de mercados e projeções para diversas indústrias focado em investidores, até 2023 poderá girar em torno de U\$12 bilhões e ter um crescimento médio anual de 9% no seu valor (BUTILHEIRO, 2019).

Um dos fatores que contribuiu para alavancar a inovação do mercado de jogos foi a plataforma de financiamento coletivo *Kickstarter*. Essa plataforma muitas vezes é o diferencial que faz com que seja possível que jogos independentes sejam publicados. A *Kickstarter* divulgou que a arrecadação para criação jogos de mesa (incluindo aqui RPG, jogos de cartas e jogos de tabuleiro) foi de mais de U\$ 35 milhões em 2018 (BUTILHEIRO, 2019).

Um dos primeiros sucessos financiados pela plataforma foi *Cards Against Humanity*¹⁰, que, embora tenha precisado da plataforma para se tornar uma realidade em seu nascedouro, uma vez que chegou às prateleiras, não parou de crescer. Hoje já conta com diversas expansões e é vendido, nos Estados Unidos, até mesmo em redes de supermercado, como Target e Walmart. Ele se tornou um sucesso de vendas e parte da cultura popular norte-americana e canadense, podendo ser facilmente encontrado em bares e rodas de amigos. Segundo Sax (2017, p. 120), cogitava-se que já em 2017 o número de unidades vendidas ultrapassava a marca de um milhão, ao custo unitário de venda de U\$25. Ele é “sempre o mais vendido da Amazon e responsável por 60% dos jogos vendidos na *Snakes & Lattes*, que é sua distribuidora canadense”.

Outro grande sucesso da plataforma é *Exploding Kittens*¹¹, que ao ser apresentado no *Kickstarter* arrecadou mais de r\$8 milhões em poucos dias. Contudo, talvez o mais icônico jogo de tabuleiro contemporâneo seja *Settlers of Catan*¹², um jogo alemão de estratégia, que já foi traduzido para 35 idiomas e vendeu mais de 23 milhões de unidades em todo o mundo.

No Brasil, uma plataforma muito semelhante é a Catarse¹³. A Catarse é a primeira plataforma de financiamento coletivo nacional, fundada em 2011, já tendo auxiliado 12.944 projetos a saírem do papel, com uma arrecadação total de R\$129 milhões (CATARSE, 2020). A plataforma também já financiou jogos de tabuleiro, cartas e RPG bem recebidos pelo público como *RPG QUEST*, *Grasse*, *Futboard*, *Tormenta: 20 anos* e *Valente: o amor em jogo*.

¹⁰ No Brasil foi lançado uma versão semelhante, chamada Patuscada, de editora de mesmo nome.

¹¹ Que já tem uma versão nacional distribuída pela Galápagos Jogos.

¹² No Brasil ele é distribuído pela editora Devir, de São Paulo.

¹³ Catarse: <https://www.catarse.me/>

Iniciado em junho de 2020, a Editora Conclave está com um jogo de tabuleiro em campanha de financiamento pela plataforma: *Kemet: Blood and Sand*, a sequência de *Kemet* lançado em 2012. O jogo foi integralmente financiado em menos de 30 minutos, contudo a campanha continua aberta até 06/08/2020, tendo, até 30/06/2020, data de redação do presente artigo, arrecadado R\$72.940, através de 101 pessoas físicas e duas lojas especializadas.

Sobre a própria Conclave, o ponto subsequente desse artigo trata de um estudo de caso sobre outros três jogos famosos lançados pela editora e sua interseção entre os jogos e o Patrimônio Cultural.

4. Um estudo de caso sobre os bens culturais e a economia criativa: a Trilogia das Máscaras

A Trilogia das Máscaras é um exemplo contemporâneo de como a economia criativa se utiliza dos bens culturais para criar bens monetizados. Trata-se de uma sequência de jogos de tabuleiro que ganhou seu nome devido a utilização da imagem de máscaras de povos tradicionais ameríndios nas caixas dos jogos originais – maias, incas e astecas. A Trilogia não foi planejada pelos designers para trabalhar especificamente com esses povos, contudo, após o sucesso dos dois jogos originais, pareceu a decorrência natural a sua produção dessa maneira. Em verdade, o público cativo do primeiro jogo é que acabou por alterar todo o aspecto de sua produção e confecção, tanto que houve mudanças em quais jogos são identificados pela Trilogia e na temática e sequência dos jogos¹⁴.

A identidade da Trilogia foi primeiramente reconhecida pelos fãs, não sendo logo divulgada como tal em sua primeira versão. Embora as capas atuais não tenham as famosas máscaras na capa, os jogos apresentam uma identidade visual parecida em cada jogo para manter sua característica de interligação e seus nomes e logos homenageando os jogos originais, como se denota das imagens colecionadas abaixo:

¹⁴ Um deles se chamava originalmente Java e se passaria nessa ilha da Indonésia. Contudo, teve seu nome alterado para Cuzco – cidade andina – de modo a fechar a Trilogia.

Figura 1 - A Trilogia das Máscaras.



Fonte: Editora Conclave, 2020.

Os jogos vieram de uma parceria de Wolfgang Kramer e Michael Kiesling, dois designers já conhecidos na indústria de jogos. A Trilogia foi originalmente desenvolvida entre 1999 a 2002 e posteriormente atualizada em 2018. Kramer é um dos mais reconhecidos designers de jogos da Alemanha. Sua carreira conta com mais de 125 jogos publicados desde 1974. Seu primeiro jogo produzido foi um jogo de corrida abstrato em que as peças eram movidas por cartas, chamado de Tempo. Kramer tinha 33 anos de idade e trabalhava com administração industrial. Doze anos depois, em 1986, Kramer ganhou seu primeiro prêmio *Spiel des Jahres*¹⁵ com o jogo Heimlich&Co e emplacou no ano seguinte dois prêmios de Jogo do Ano, se tornando um designer de jogos estabelecido.

Levy (2020, p. 1), em um artigo para *The Games Journal* ao descrever e criticar o trabalho de Kramer o classificou como:

[...] algo que se destaca em uma produção "típica" da Kramer? Difícil dizer. Certamente, o homem é extraordinariamente versátil. Ele projetou quase todo tipo de jogo - jogos de cartas, jogos abstratos, jogos de corrida, jogos de leilão, jogos de posicionamento e jogos financeiros - para praticamente todo tipo de jogador - crianças, famílias, jogadores casuais e jogadores sérios. Ele continua a publicar seis ou mais jogos por ano, destinados a praticamente todos os tipos de público. Sua produção ao longo da vida é incomparável entre os principais designers atuais.

Inclusive, seu design inovador de pontuação, onde os pontos dos jogadores são marcados em uma pista em volta do tabuleiro, é uma de suas grandes marcas, sendo reconhecida como *Kramerleiste* (pontuação de Kramer) na Alemanha em sua homenagem.

O segundo designer Michael Kiesling, 63 anos, colabora regularmente com Kramer, com quem produziu toda a Trilogia das Máscaras. Embora Kiesling tenha uma quantidade

¹⁵ O maior prêmio de jogos de tabuleiro do mundo, entregue anualmente na Feira de Jogos de Essen, na Alemanha.

bem menor de títulos publicados, é também um designer premiado e muito reconhecido no Brasil, principalmente pelo seu jogo de sucesso Azul¹⁶, uma criação solo que hoje já conta com 6 expansões, que utiliza dos azulejos portugueses em sua jogabilidade.

O primeiro jogo da Trilogia das Máscaras, chamado Tikal, foi lançado em 1999 e é um jogo de 2 a 4 jogadores, relativamente rápido de 90 minutos. Sua complexidade é classificada pelos jogadores (Ludopedia¹⁷) como mediana e sua avaliação média no Brasil é de 8.6 / 10 e 7.3 / 10 no site estrangeiro BGG¹⁸ (com 17 mil avaliações). Tikal conquistou todos os principais prêmios de jogos de 1999, incluindo os prêmios *Spiel des Jahres* e *Deutsche Spiel*, o co-jogo do ano da *Counter Magazine*¹⁹ e o inaugural *Gamer's Choice Award*.

Os jogadores são lançados em uma floresta como chefes de expedição prontos para explorar, o que começa como uma área de floresta virgem vai mudando a cada peça colocada no tabuleiro conforme o terreno é explorado. Os jogadores saem em busca dos templos e tesouros maias perdidos, ganhando pontos conforme vão ocupando as diferentes áreas da floresta. As pontuações são marcadas a cada vez que um vulcão entra no jogo.

O jogo é claramente baseado na maior cidade Maia de mesmo nome situada na Guatemala, a qual é um rico sítio de escavação arqueológica. Por sua importância a região foi declarada pela Unesco (2020)²⁰, em 1979, como Patrimônio Cultural e Natural da Humanidade. Curiosamente, o jogo Tikal não foi a primeira empreitada de economia criativa a apropriar-se da localidade, pois seu sítio arqueológico tinha sido utilizado como paisagem de fundo de outra famosa trilogia – hoje enologia - Star Wars²¹.

Mexica é oficialmente o segundo jogo da Trilogia publicado no Brasil pela Conclave e na prática o terceiro jogo publicado na Alemanha, em 2002. Mexica possui uma dinâmica muito parecida com a do primeiro jogo, sendo, também, um jogo de tempo médio, de até 4 jogadores, e que possui uma avaliação alta (8.32 / 10).

Nesse novo jogo, o jogador se encontra em uma ilha no lago Texcoco, pronto para construir uma nova civilização. Definindo distritos os jogadores passam a construir templos, canais e pontes. O jogo narra a história dos povos astecas que estão colonizando, dominando e

¹⁶ Publicado no Brasil pela Galápagos Jogos.

¹⁷ O maior site de jogos de tabuleiro do Brasil. Seu site para maiores informações é o: <https://www.ludopedia.com.br/>

¹⁸ O maior site de jogos de tabuleiro do mundo. Seu site para maiores informações é o: <https://boardgamegeek.com/>

¹⁹ Hoje descontinuada, todavia, foi uma das precursoras na análise de jogos de tabuleiro, tendo iniciado sua publicação em 1989, ainda com o nome de Sumo's Karaoke Club Magazine.

²⁰ Mapeamento do Patrimônio Cultural da Humanidade, disponível em: <http://whc.unesco.org/en/list/>

²¹ O sítio arqueológico é a representação cenográfica de *Yavin 4*, onde fica a base rebelde no final de *Star Wars - A New Hope*, de acordo com *Star Wars Place*, site que mapeia todas as locações da franquia. Disponível em: <http://starwarsplaces.com/locations/episode-vi-anh/yavin-4/>

construindo o Vale do México em busca de pontos de “maior grandeza espiritual”, conforme o manual do jogo. Mexica, de uma perspectiva histórica, é o nome do povo que deu origem ao nome México. Refere-se aos assentamentos do vale onde atualmente encontra-se a Cidade do México, representada no tabuleiro do jogo.

Java é o segundo jogo da Trilogia das Máscaras, publicado em 2000 pela editora Ravensburger, em alemão. O jogo em 2001 ganhou o 9º lugar da *Deutscher Spiele Preis* e o Melhor Jogo de Estratégia Avançada da *Games Magazine* em 2002. Contudo, sofreu uma reformulação geral e mudou de nome para ser repaginado como parte da Trilogia. Originalmente se ambientava fora da América Central (temática principal da Trilogia), então houve uma nova implementação para que ele abordasse a temática inca, o povo “faltante” na Trilogia. Assim, tornou-se Cuzco e sua ambientação foi o Peru. Seu relançamento se deu em 2018, confundindo os jogadores mais novos. Ao ser importado para o Brasil, Cuzco passou de segundo jogo da Trilogia para terceiro, uma vez que, ele já foi comercializado como parte de uma Trilogia e foi o último a ser lançado pela Conclave.

Embora seja classificado como um jogo um pouco mais leve em complexidade quando comparado com os outros dois títulos, ele mantém as características básicas partilhadas com os outros jogos da família. O jogo é atualmente comercializado por cinco editoras diferentes no mundo: a Super Meeple (França), a Conclave Editora (Brasil), dV Giochi (Itália), Keep Exploring Games (Holanda) e Maldito Games (Espanha).

Entendido o caso concreto da Trilogia e suas inspirações claramente patrimoniais – fazendo parte da categoria de “jogos patrimoniais”, que Schmidt (2020) trabalha em sua tese de doutoramento junto ao Programa de Patrimônio Cultural e Sociedades na Universidade da Região de Joinville – pode-se questionar qual é a relevância desses jogos para além de seu sucesso comercial, especialmente para o campo do Patrimônio Cultural. A Trilogia das Máscaras é um produto da economia criativa que diretamente se utiliza de propriedades culturais materiais e imateriais de povos tradicionais para criar bens / objetos de consumo associados a essas civilizações.

Uma das grandes características dos bens culturais é que eles não têm proprietários “pois não pertencem nem ao titular privado da coisa a que inere, nem à administração do Patrimônio Cultural” (ALEXANDRINO, 2009, p. 12). Sendo assim, o bem cultural pertence a um conjunto indeterminado – pode-se dizer inclusive indeterminável - de pessoas físicas que tem direito a essa herança cultural.

Schaan (2006, p. 24), ao analisar uma situação análoga - a produção artesanal de objetos com base na cultura Marajoara - aduz que se “por um lado, a produção artesanal veio

a divulgar e chamar a atenção para a cultura arqueológica, por outro o faz de maneira equivocada”. A Trilogia em questão não é uma tentativa de ensinar uma cultura antiga através dos jogos, ela não apresenta ensinamentos didáticos sobre o modo de vida dos povos originários da América Central, é apenas um produto da globalização “[...] sem qualquer conexão com as reais demandas, experiências ou vocações das sociedades atingidas” (PIRES, 1994, p. 1).

O fenômeno discutido faz parte da indústria cultural e está presente também em outros jogos como Carcassonne²² e Tomb Raider²³, tendo sido já alvo de amplo debate, ainda que siga em aberto, pois de acordo com:

Adorno e Horkheimer, a expressão indústria cultural não se refere ao processo de produção no sentido estrito, mas a estandardiza da própria coisa, por exemplo, a estandardização dos filmes western, familiares a todo frequentador de sala de cinema e a racionalização das técnicas de divulgação (APATIAS, 2016, p. 7).

Existe uma exploração sistemática de bens considerados culturais e os patrimônios da humanidade. Esse fenômeno acontece em diversos setores e Schaan (2006) e a comodificação da cultura Marajoara por meio do artesanato podem servir novamente de exemplo ilustrativo: ele identificou que o produto final difere muito do original ou daquele que é mediado pelo conhecimento científico, uma vez que o lucro determina a proximidade da reconstrução histórica.

Em linha semelhante, que demonstra como o Patrimônio Cultural é explorado e manipulado de acordo com o lucro, se deu o processo de produção do filme “Velozes e Furiosos 5: Operação Rio” (OMELETE, 2020). O filme é, desafortunadamente, mais um caricato exemplo da comercialização da cultura alheia sem responsabilidade. Devido ao custo de produção ele não foi filmado no Rio de Janeiro como o nome sugere, mas sim em Porto Rico. O filme tenta mimicar uma cultura e um patrimônio com o qual não interagiu e não tem qualquer interesse em espelhar corretamente. Ademais, a produção do filme se utiliza do Patrimônio Cultural carioca para angariar um lucro que não gera nenhum retorno econômico para os cariocas.

O Patrimônio Cultural brasileiro é, também no campo dos jogos, utilizado de maneira caricata e artificial no jogo de luta digital *Street Fighter*, desde 1991. No jogo, foi feita uma “homenagem” ao Brasil através do lutador Blanka, “o mais selvagem dos Street Fighters; resultado de uma misteriosa mutação genética sofrida por um jovem que se perdeu na Floresta Amazônica” (STREET FIGHTER FANDOM, 2020). Não existe qualquer preocupação com a

²² Baseado nos castelos da cidade francesa de mesmo nome, publicado no Brasil pela Devir.

²³ Da produtora canadense Ubisoft, cuja protagonista é Lara Croft, um ícone dos jogos digitais que explora tumbas de civilizações antigas e precisa colecionar diversos bens inerentes a esses povos.

cultura nacional, a começar pelo fato do nome “verdadeiro” do personagem ser “Jimmy” e também por estereotipar a cultura amazônica como “selvagem” e “misteriosa”, além de perpetuar a ideia da Floresta Amazônica ser um local de mutações genéticas.

Apesar de alguns brasileiros se identificarem com o personagem (TECHTUDO, 2020), chamando-o de “simpático”, significativa parte dos jogadores – e brasileiros – cobrava da produtora Capcom, produtora do jogo, uma representação mais fidedigna. Tamanha repercussão levou a criação de Laura Matsuda, a “sucessora” de Blanka. Apesar das pesadas críticas sobre sua sexualização e ascendência nipônica, ao menos já se vislumbra a preocupação do estúdio com uma maior diversidade de gênero e cultura locais, uma vez que a lutadora é praticante de jiu-jitsu, em uma franca homenagem a família Gracie e ao desempenho brasileiro nos eventos de MMA – *mixed martial arts*, cujo maior representante talvez seja Anderson Silva.

Pode-se trazer a luz ainda as reflexões de Canclini e Urteaga (2012) que apontam que as sucessivas crises vividas no mundo após a grande quebra dos bancos em 2008 levaram a novas concepções do que se entende por cultura e desenvolvimento e muito especialmente a forma como este pode advir daquela. Eles apontam que “tal vez, las palabras cultura y desarrollo se estén reinventando en otras construcciones de sentido, cuyo poder depende de lo que suceden con los derechos intelectuales de los creadores y los derechos conectivos de las audiencias” (CANCLINI E URTEAGA, 2012, p. 16), trazendo à baila especialmente a figura do poder transformador do jovem nesse final do primeiro quartil do século XXI, responsável por incorporar mais rapidamente as inovações tecnológicas e a ideia de um desenvolvimento associado a criatividade e ao trabalho intelectual.

Os jogos trilham esse caminho, pois dialogam de maneira direta com os jovens. Hoje, ainda mais considerando-se o cenário pandêmico e a ampliação massiva dos jogos online em rede, não se pode falar de cultura digital e contemporânea sem ter em mente os seus principais consumidores, que são os jovens. Segundo a Revista Exame (2020), houve uma ampliação de 35% do número de jogadores conectados no Brasil e uma duplicação em seu gasto mensal com jogos. Esse crescimento, é importante frisar, deu-se com a inclusão de uma parcela bem mais nova de jogadores, que estão na faixa dos 9 aos 12 anos. Isso quer dizer que o jogador médio, em breve, se iniciará no hobby mais cedo e permanecerá até mais tarde, gerando ganhos expressivos para a indústria de jogos.

O consumo, seguem Canclini e Urteaga (2012), parece ser um ponto já bastante trabalhado – ainda que não totalmente superado – por isso propõe o aprofundamento de suas reflexões na análise do acesso a bens culturais e nas novas formas de criatividade e

sociabilidade. Ainda que focados somente na questão da produção de jogos digitais, os autores deixam aberta a porta para os jogos, em sentido amplo, se amoldarem as suas definições de formas de acesso e expressão criativa, com grande potencial socializador. Essa constatação já uma realidade no Brasil, como os estudos da Exame e Techtudo, adrede explorados, demonstram.

Ainda na visão de Schaan (2006, p. 27) o outro “no passado deveria então ser um ponto de reflexão dentro de projetos que colocam frente a frente cientistas sociais e comunidade”. Há que se pesar delicadamente as críticas, pois, retornando a Trilogia das Máscaras, ainda que ela se aproprie de um bem cultural para criar outro produto, ela também traz, de certa forma, visibilidade e instiga a curiosidade daqueles que jogam sobre o bem cultural original. A compatibilização desses pontos é e ainda será certamente problemática.

Se por um lado, fazendo coro as críticas tecidas pelo mesmo autor, não se pretende, com este trabalho esgotar a difícil discussão acerca das repercussões patrimoniais e financeiras da utilização de culturas, locais e civilizações mundialmente reconhecidas; por outro, cabe chamar a atenção para “a existência de contextos sociais, políticos e econômicos nos quais se dá a utilização do conhecimento produzido sobre o passado, uma vez que estes tendem a passarem despercebidos” (SCHAAN, 2006, p. 28). Cabe aos pesquisadores do campo do patrimônio buscarem, ao menos, jogar novas luzes sobre essa situação de apropriação cultural sem, todavia, impedir por completo a sua exploração econômica, o que, muitas vezes, pode gerar um total descaso em relação aos bens que se busca inicialmente proteger.

Nesse ponto, uma vez mais, a figura dos jovens parece ser imprescindível. As referências trazidas sobre o jogo *Street Fighter* acima, por exemplo, são mantidas, de maneira gratuita, por fãs do jogo, que disponibilizam uma quantidade significativa de suas horas para uma preservação, ainda que não totalmente refletida, da cultura dos jogos de luta, traçando um verdadeiro retrospecto histórico da franquia por quase três décadas. Segundo se pode colher da databse do site Reddit (2020), significativa parte dos jogadores de *Street Fighter* tem entre 15 e 29 anos. A produtora Capcom não investiu nessa genealogia – para usar a expressão foucaultiana (2016) – e extensa propaganda nenhum dólar. Contudo, parece ser inegável que sua presença online é grandemente fortalecida pela existência dessa base sólida de jogadores aficionados que ampliam de maneira significativa a penetração de sua marca. A Editora Conclave, de igual maneira, é (in)diretamente beneficiada por utilizar as civilizações antigas = e muito conhecidas – como roupagem para seus jogos. Ao se pensar a economia criativa no

novo cenário mundial, cada vez mais emergirão esses pontos de intersecção previamente desarticulados.

5. Considerações finais

O presente artigo se propôs a realizar um pequeno estudo de caso com a Trilogia das Máscaras, uma serie de jogos de tabuleiro alemã, traduzida e publicada no Brasil. Trata-se de um grupo de jogos baseados na simplificação das culturas maia (Tikal), inca (Cuzco) e asteca (México), disponível em diversos países e línguas, inclusive no Brasil, em português.

Na medida do possível se buscou um diálogo interdisciplinar entre os campos do patrimônio cultural, da economia (criativa) e dos jogos e sua forma de interação recíproca, iniciando-se com uma análise do que é o Patrimônio Cultural, o que é cultura e como o bem cultural se difere de outros bens patrimoniais.

Na sequência, foi abordada a questão da economia criativa no Brasil, fazendo-se uma análise do tamanho do mercado de jogos de tabuleiro, em comparação com o mercado norte-americano e seu crescimento. No mesmo tópico, analisou-se qual o perfil dos jogadores nesses dois países, bem como as principais plataformas de financiamento coletivo que auxiliam em seu desenvolvimento (Kickstarter, nos Estados Unidos, e Catarse, no Brasil).

Ao final, detalhou-se o desenvolvimento dos jogos que compõe a Trilogia, bem como quem são seus autores e quais os prêmios e avaliações recebidas pelos jogos. A intenção ao se debruçar sobre a situação da Trilogia das Máscaras, ao final, foi de aflorar as discussões sobre os bens culturais protegidos no país e no mundo e na forma que estes têm sido utilizados em apropriações privadas, para fins essencialmente econômicos

Sua importância para a temática dos bens culturais e da economia criativa advém do fato que seus autores se utilizaram das culturas ameríndias para produzirem bens de consumo de massa, jogos que hoje já podem ser chamados de “patrimoniais”, dada a especificidade de sua concepção.

A crítica talvez não seja a de sua mercantilização – quiçá inevitável – mas sim da apropriação individual de algo que pertence, no mínimo, a civilização em questão e, quem sabe, a toda a humanidade. Pensar de modo diverso seria, na contemporaneidade, continuar admitindo que o homem, branco, europeu – como são os designers da Trilogia estudada – sigam encaixotando e vendendo a vasta cultura sulista sem se quer trazê-los a mesa para discutir compensações. Algo a se pensar para um eventual futuro jogo de número quatro nessa trilogia.

Referências

- ALEXANDRINO, José de Melo. *O conceito de bem cultural*. Área Científica de Direito–IPBeja, 2009. Disponível em: <<http://icjp.pt/sites/default/files/media/565-466.pdf>> Acesso em: 05/2020
- APATIAS, Jaime C. *O espetáculo no telejornal sensacional*. In: *Cultura, comunicação e espetáculo*. COELHO, Carlos N. P.; CASTRO, Valdir J. (Orgs.) - São Paulo. Paulus, 2016 - Coleção Comunicação
- BBC. *World of Warcraft Classic: hit game goes back to basics* (2019). Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/technology-49448935>>. Acesso em: 05/2020.
- BLIZZARD. *World of Warcraft*. Disponível em: <<https://worldofwarcraft.com/pt-br/>> Acesso em: 05/2020.
- BOURDIEU, Pierre. *Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo*
- BRASIL. *Constituição federal*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 3 nov, 2020.
- BRASIL. *Lei de propriedade industrial*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm>. Acesso em: 30 jun, 2020.
- BRUXELAS. *Declaração de Bruxelas sobre o patrimônio*. Disponível em: <<https://pt.unesco.org/courier/2017nian-di-3qi/uma-resolucao-historica-protoger-o-patrimonio-cultural>>. Acesso em: 30 jun, 2020.
- BUTILHEIRO, Anderson. *O mercado de board games no mundo (com valores): Como o crescimento recente do nicho de jogos de tabuleiro tem impactado o mercado no Brasil e no mundo*. MEDIUM. 2019. Disponível: <<https://medium.com/deathmatch/o-mercado-de-board-games-no-mundo-com-valores-69fa103e1d24>>. Acesso em: 15 maio, 2020.
- CBS NEWS. *Performance artist eats banana duct-taped to wall that sold for \$120,000*. Disponível em: <<https://www.cbsnews.com/news/banana-art-basel-performance-artist-eats-banana-today-taped-to-wall-that-had-sold-for-120000-2019-12-07/>>. Acesso em: 3 nov, 2020.
- científico. São Paulo: UNESP, 2004.
- EDITORA CONCLAVE. *Cuzco, Méxica e Tikal*. Disponível em: <<https://www.conclaveweb.com.br/produto>>. Acesso em: 3 nov, 2020.
- EXAME. *Jogos on-line: como o setor está saindo da pandemia maior do que entrou*. Disponível em: <<https://exame.com/pme/jogos-on-line-como-o-setor-esta-saindo-da-pandemia-maior-do-que-entrou/>>. Acesso em: 3 nov, 2020.
- FARTHING, Stephen. *Tudo sobre arte*. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.

FIANI, Ronaldo. *A crise dos bens culturais como mercadorias*. The crisis of cultural goods as merchandise. Liinc em Revista, v. 5, n. 2, 2009. Disponível: <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3198>> Acesso em: 05/2020

FOLHA DE SÃO PAULO. *Empresas recriam jogos de tabuleiro e crescem dez vezes em cinco anos*. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2018/12/empresas-recriam-jogos-de-tabuleiro-e-crescem-dez-vezes-em-cinco-anos.shtml>>. Acesso em: 3 nov, 2020.

FONSECA, Maria Cecília Londres. *Referências culturais: base para novas políticas de patrimônio*. 2001. Disponível em: <<http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/4775>> Acesso em: 05/2020.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. São Paulo: Martins Fontes, 2016.

FREIRE, Juciley Silva Evangelista. *A constituição do ser social: trabalho e formação humana em Marx*. Revista Observatório. v. 4 n. 2 (2018): Vol. 4 N. 2 (2018) Estudos sobre a naturalização da cultura da violência na sociedade midiaticizada Abr-Jun 2018 / Dossiê Temático II / Thematic dossier II / Dossier temático II.

LEVY, Larry. *Special K - Wolfgang Kramer*. The game journal. 2001. Disponível em: <<http://www.thegamesjournal.com/articles/SpecialK2.shtml>> Acesso em: 5 mai, 2020.

LUZ, Alan R. Gamificação motivação e a essência do jogo. In: *Gamificação em Debate*. SANTAELLA, L.; NESTERIUK, S.; FAVA, F. (orgs). São Paulo: Blucher, 2018.

OMELETE. *Veja Porto Rico disfarçado de Rio de Janeiro no set de Velozes e Furiosos 5*. Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/velozes-furiosos-5/veja-porto-rico-disfarçado-de-rio-de-janeiro-no-set-de-velozes-e-furiosos-5>>. Acesso em: 3 nov, 2020.

PIRES, Maria Coeli Simões. *Da proteção ao Patrimônio Cultural*. Belo Horizonte: Del Rey, 1994.

REDDIT. *How old are most Street Fighter players*. Disponível em: <https://www.reddit.com/r/StreetFighter/comments/5s48dm/how_old_are_most_street_fighter_players/>. Acesso em: 3 nov, 2020.

SACHS, Ignacy. *Desenvolvimento includente, sustentável e sustentado*. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2004.

SAX, David. *A vingança dos analógicos: porque os objetos de verdade ainda são importantes*. Editora Rocco, 2017

SCHAAN, Denise Pahl. *Arqueologia, público e commodificação da herança cultural: o caso da cultura Marajoara*. Revista Arqueologia Pública, v. 1, n. 1 [1], p. 19-30, 2006. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rap/article/view/8635819/3531>>. Acesso em: 05/2020

SCHMIDT, A.; GUSSO, L.; CARELLI, M. *O patrimônio cultural e os jogos: uma revisão de literatura para a possível criação da categoria de “jogos funcionais”*. Revista Patrimônio e Memória. Assis, SP, v. 16, n. 1, p. 478-495, janeiro-junho de 2020b. Disponível em: <<https://pem.assis.unesp.br/index.php/pem/article/view/1147/1171>>. Acesso em: 3 maio, 2021.

SOARES, Anauene Dias. *Destruição do Patrimônio Cultural como crime de guerra*. Vía Iuris, n. 25, p. 1-30, 16 jul. 2018. Disponível em: <<https://tinyurl.com/y7f9x5fd>> Acesso em: 05/2020.

SOMMADOSSI, Guilherme. *Mercado de jogos de tabuleiro ganha espaço no Brasil*. Forbes. 2019. Disponível em: <<https://forbes.com.br/colunas/2019/07/mercado-de-jogos-de-tabuleiro-ganha-espaco-no-brasil/>>

SPECTOR, Warren (2007). "Tikal". In Lowder, James (ed.). *Hobby Games: The 100 Best*. Green Ronin Publishing. pp. 322–326. ISBN 978-1-932442-96-0.

STREET FIGHTER FANDOM. *Blanka*. Disponível em: <<https://streetfighter.fandom.com/wiki/Blanka>>. Acesso em: 3 nov, 2020.

TECHTUDO. *Lista traz dez curiosidades sobre Blanka*. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/listas/2018/02/lista-traz-10-curiosidades-sobre-blanka-lutador-de-street-fighter.ghtml>>. Acesso em: 3 nov, 2020.

VELHO, G.; CASTRO, E. B. V. 1982. *O conceito de cultura e o estudo das sociedades complexas*. Cadernos Feema, Rio de Janeiro.

WHITE, Leslie A. The concept of culture. Revista New Series, Vol. 61, No. 2 (Abril, 1959), pp. 227-251. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/665095?seq=1>>. Acesso em: 3 nov, 2020.

La Trilogía de Máscaras y los bienes culturales: un estudio de caso sobre la expansión de la economía creativa en Brasil y sus implicaciones económicas y patrimoniales

Resumen

Este artículo propone un análisis de la importancia económica de los bienes culturales, vinculados a conceptos contemporáneos de economía creativa, a través de un estudio de caso de juegos de mesa. En la medida de lo posible, se buscó un diálogo interdisciplinario entre los campos del patrimonio cultural y los juegos y su forma de interacción recíproca, partiendo de un análisis de qué es el Patrimonio Cultural, qué es la cultura y en qué se diferencia el bien cultural de otros bienes patrimoniales. Como caso de estudio para sustentar el aporte teórico, se utilizaron los juegos de mesa que componen la llamada Trilogía de Máscaras: un grupo de juegos basado en la simplificación de las culturas Maya (Tikal), Inca (Cuzco) y Azteca (México), disponibles en varios países e idiomas, incluido Brasil, en portugués. La intención era plantear debates sobre los bienes culturales protegidos en el país y en el mundo y en la forma en que se han utilizado en apropiaciones privadas, con fines esencialmente económicos.

Palabras claves: Bienes culturales; economía creativa; economía del patrimonio.

La trilogie des masques et les biens culturels: une étude de cas sur l'expansion de l'économie créative au Brésil et ses implications patrimoniales et économiques

Résumé

Cet article propose une analyse de l'importance économique des biens culturels - liée aux concepts contemporains de l'économie créative - à travers une étude de cas des jeux de société. Dans la mesure du possible, un dialogue interdisciplinaire a été recherché entre les domaines du patrimoine culturel et des jeux et leur forme d'interaction réciproque, en commençant par une analyse de ce qu'est le patrimoine culturel, de ce qu'est la culture et en quoi le bien culturel diffère des autres biens patrimoniaux. Comme étude de cas pour soutenir la contribution théorique, nous avons utilisé les jeux de société qui composent la soi-disant trilogie des masques: un groupe de jeux basé sur la simplification des cultures maya (Tikal), inca (Cuzco) et aztèque (Mexique), disponible dans plusieurs pays et langues, dont le Brésil, en portugais. L'intention était de susciter des discussions sur les biens culturels protégés dans le pays et dans le monde et sur la manière dont ils ont été utilisés dans des crédits privés, à des fins essentiellement économiques.

Mots clés: biens culturels; économie créative; économie du patrimoine.

The Mask Trilogy and cultural goods: a case study on the expansion of the creative economy in Brazil and its heritage and economic implications

Abstract

This article proposes an analysis of the economic importance of cultural goods - linked to contemporary concepts of creative economy - through a case study of board games. As far as possible, an interdisciplinary dialogue was sought between the fields of cultural heritage and games and their form of reciprocal interaction, starting with an analysis of what cultural heritage and culture are how the cultural goods differs from other patrimonial assets. As a case study to support the theoretical contribution, the board games that make up the so-called Masks Trilogy were used: a group of games based on the simplification of the Mayan (Tikal), Inca

(Cuzco) and Aztec (Mexico) cultures, available in several countries and languages, including Brazil, in Portuguese. The intention was to bring up discussions about protected cultural assets in the country and in the world and in which way that they have been used in private appropriations, for essentially economic purposes.

Keywords: Cultural goods; creative economy; heritage economy.