

MSX • NES • SNES • Mega Drive • 3DO • Nintendo 64 • PS2 • e muito mais!

RGB

RETRO GAMES BRASIL

#2 - Julho 2026

PABLO MIYAZAWA

Entrevistamos um dos maiores jornalistas de games do Brasil

BIG UNCLE GAMES

Uma materia muito especial sobre a publisher nacional

RETROJOGATINA

Jet Li: Rise to Honor (PS2)
TLOTR: Aragorn's Quest (PS2)

MUITO ALÉM DA PIRATARIA

PLAYSTATION 2 NO BRASIL

Descubra o que quase ninguém sabe sobre o lançamento do segundo console da Sony em terras tupiniquins



Há mais de **20 ANOS** conectando gerações através dos games

O lugar onde videogame é nostalgia,
experiência e comunidade.

Da nostalgia dos clássicos às novidades

do universo dos games, aqui cada item
carrega uma história e cada visita é uma
chance de reviver memórias, descobrir
raridades e encontrar aquele jogo ou
console que marcou época.

Além da loja, a Mr. Games
também oferece assistência
técnica especializada para
consoles e controles.



Toda quinta-feira, às 19h,

a Mr. Games realiza lives de vendas
com consoles, jogos, itens de coleção
e oportunidades especiais para quem
é apaixonado por videogames.

@mrgamespira
 (19) 97112-1201

Entregas para
todo o Brasil

Av Independência, 216,
Piracicaba - SP



CARTA AO LEITOR

Não tem como abrir a nossa segunda edição de
maneira diferente. Nós três da revista gostaríamos
de agradecer todo mundo que engajou com a
nossa primeira edição. Nós não imaginávamos ter
um lançamento
tão bom.

Agora nesta edição utilizamos da minha pesquisa
de dois anos em busca do fullset nacional de jogos
do Playstation 2 para criar uma matéria que, até
onde sabemos, não tem igual na internet ou em
revistas antigas. Detalhei a cronologia dos eventos
e do lançamento do Playstation 2 no Brasil e de
seus jogos culminando em um guia visual para
colecionadores.

Além disso, fizemos uma matéria sobre a Big Uncle
Games com uma entrevista com seu fundador. E
claro que não poderiam faltar os reviews ao final
desta edição.

Quisemos trazer reviews de jogos inesperados.
Esperamos que gostem e não esqueçam de
compartilhar o que acharam conosco.

Estamos sempre em busca de críticas construtivas
para melhorarmos as próximas edições.



Galdius

EQUIPE RGB

**Alohowell****Redação e Edição**

O gordão trabalhou muito nas análises desta edição. O carioca estava na Retrocon e está cobrou "nossa sauna".

**Henrico D. Santo****Designer e Arte**

Morto, mas feliz! A versão impressa da número nº01 saiu e foi um sucesso na Retrocon. E tivemos tempo para nº02.

**Galdius****Redação e Edição**

Nosso colecionador favorito também não parou; as matérias e entrevistas é tudo trabalho dele. Sonhou com PS2 por dias!

Como toda boa revista de games, também temos nosso próprio sistema de avaliação. Com seus critérios e respectivas notas, estes critérios serão; **Gráficos, Som, Jogabilidade e Diversão**. Sob esses critérios, vem a **Nota Final**. As notas serão dadas de **1**(péssimo) a **10**(ótimo).

Segue o exemplo abaixo;

*Análise do Alohowell*

GRÁFICOS	4	NOTA FINAL 10
SOM	3	
JOGABILIDADE	5	
DIVERSÃO	5	

ERRAMOS!

Pedimos desculpas pelos erros da edição nº01. Começamos o projeto em Março deste ano e, quando nos demos conta, em Maio já estávamos lançado a revista. O projeto está sendo feito na base do amor que nós três temos pelo hobby de jogar e colecionar videogames antigos, portanto, não temos estrutura ou sempre um tempo hábil para focarmos apenas na revista. Com isso, mesmo ainda revisarmos muito todo nosso conteúdo na parte editorial e gráfica, alguns erros podem escapar de nossos olhos cansados.

Seguem os erros, correções e nossos pedidos sinceros de desculpas. =D

Matéria de Capa - 35 Anos de Street Fighter II: The World Warrior

- **Página 12**
No título ao lado esquerdo superior, esquecemos de colocar um **"i"** na segunda palavra **"mundiais"**.
- **Página 23**
Bem o lado do braço direito do Akuma, não separamos o **"a"** da palavra **"filosofia"**.
- **Página 30**
Na ficha do nosso amado Blanka, erramos o nome do peixe favorito dele o correto é **"Pirarucu"** ao invés de **"Piraruru"**.

Retrojogatina - Samurai Western

- **Página 48**
Retrojogatina - Samurai Western
Na primeira coluna, lado direito inferior, o texto segue: *"Mas inicialmente, olhando o jogo temos um desenvolvedor japonês **"contanto"**[...]. O correto é **"contando"**.*

CONTATOS

**E-Mail:**

revistaretrogamesbrasil@gmail.com

**Instagram:**

@rgbrevista

**X:**

@revista_RGB

**Facebook:**

RevistaRetroGamesBrasil

Edição
Julho
2026

ÍNDICE

RETRO OLD NEWS

- 06** Novidades sobre o mundo retro; Neo-Geo receberá uma versão de Doom, NES terá um demake de Virtua Cop e Evercade tem aumento nos preços.

08 **MATÉRIA DE CAPA**
PLAYSTATION 2
NO BRASIL

Descubra o que quase ninguém sabe sobre o lançamento do segundo console da Sony no Brasil.

SAVE POINT

- 40** Entrevistamos Pablo Miyazawa, conhecido por seu trabalho na Playtronic, Nintendo World, EGM e Rolling Stone.
- 60** Novidades da publisher BUG: Big Uncle Games, além de uma entrevista com o Tiozão, falando sobre os novos lançamentos.

RETROJOGATINA

- 68** Jet Li: Rise to Honor (PS2)
- 74** TLOTR: Aragorn's Quest (PS2)

REVISTAS ANTIGAS

- 84** Nesta nova seção lembraremos edições de revistas antigas e, nesta edição, lembraremos a estreia da Nintendo World nº01.



RETRO OLD NEWS

As novas de jogos novos
e as novas de jogos velhos



Evercade é afetada pelo crise das RAMs e aumenta seus preços

Se você tava juntando uns trocados pra comprar um Evercade, tenho uma má notícia: vai precisar juntar um pouco mais. A Blaze Entertainment anunciou reajuste nos preços do Evercade e do Super Pocket na Europa a partir de julho. Os cartuchos, que custavam €24,99, agora saem por €29,99. Já o Super Pocket sobe de €59,99 para €69,99. Nada absurdo, mas dói. A culpa, segundo a empresa, é da tal “RAMageddon”, o apelido que pegaram pra crise global de memória DRAM e NAND. Com a demanda disparada, os chips ficaram mais caros pra todo mundo, e os fabricantes de portateis retrô, que já trabalham com margens apertadas, sentiram o baque primeiro.

E olha que curioso: nos Estados Unidos o preço não muda. Reduções recentes nas tarifas de importação por lá compensaram boa parte do aumento, então quem mora nos EUA escapa dessa por enquanto.

Nos aqui no Brasil, comprando importado, sabemos bem como esse tipo de conta nunca fecha a nosso favor.

Vale lembrar que não é a primeira vez que o mundo retrô sente esse tipo de aperto. Portatil com tela, bateria e memória embutida sempre depende de componentes que a indústria que joga pesado tb precisa, e quando a demanda por IA e outras tecnologias explode, é o pessoal que só quer jogar Metal Slug no metro que paga o pato.

De qualquer forma, se você já tinha um Evercade na mira, talvez valha considerar antecipar a compra antes que o reajuste chegue em outras regiões também.

Doom vai aterrisar em mais um console: o Neo-Geo

O DoomGeo é um protótipo de pesquisa de conversão do jogo Doom, o gande clássico de fps lançado em 1993 para o console Neo Geo AES. O Neo Geo AES contava com um hardware extremamente poderoso para os anos 90, com sua CPU 68000 e hardware de sprites avançado para jogos 2D e jogos de tiro. Teoricamente, o Neo Geo AES deveria rodar DOOM com relativa facilidade. No entanto, na prática, sua arquitetura torna a renderização de ambientes 3D complicada. Essa percepção vem do veterano YouTuber de retro, Modern Vintage Gamer (MVG), que explicou isso claramente em um vídeo recente: “O DOOM roda em tudo. Bem, em quase tudo. O console SNK Neo Geo AES é uma fera no



processamento de sprites 2D, mas quando se trata de 3D, ele não foi projetado para lidar com isso. No entanto, com alguns truques de hardware, É possível construir um raycaster simples que rode no hardware do Neo Geo, mas será que isso significa que o DOOM é possível?”. O desafio foi aceito pelo projeto DoomGeo, que expandiu o que é possível no hardware, respeitando suas limitações. Os desenvolvedores conseguiram adicionar um HUD completo no estilo DOOM com barra de status, foto do Doomguy, contadores de munição, a BFG, monstros e muito mais.

NES aumenta sua biblioteca de jogos; trata-se de Virtua Agent, um demake de Virtua Cop.

Virtua Agent é um novo demake do clássico jogo de tiro Virtua Cop, da Sega (arcade/Saturn), para o NES. O jogo se apresenta como: “o único demake jogável com o NES Zapper no hardware original” e promete: “a icônica missão de abertura originalmente vista no Sega Saturn, agora transformada em um jogo de NES com gráficos perfeitos em pixels”. E embora Virtua Agent possa, de fato, ser jogado com o NES Zapper, se preferir, o jogo também pode ser jogado com um controle de NES comum. Virtua Agent foi desenvolvido por um programador independente conhecido como The RetroBro, que já criou outros

títulos independentes para NES, como o Metroidvania de ficção científica Aethos e o jogo de plataforma assustador Hobo Albo’s Halloween Adventure. A ROM de Virtua Agent para NES já está disponível para download gratuito no itch.io. e pode ser jogada usando um emulador de NES ou no hardware original do NES usando um dispositivo Everdrive.





A HISTÓRIA OFICIAL DO **PLAYSTATION 2** **NO BRASIL**

O console que fez muito sucesso devido à pirataria no Brasil, mas que teve uma história oficial que quase ninguém conhece.



Texto do *Galdius*

Nesta ano de 2026, o Playstation 2 completa 26 anos de seu lançamento e falar sobre o console depois de tanto tempo parece uma tarefa pouco produtiva. Afinal, o que se seria novidade em termos do console mais vendido de todos os tempos? É difícil achar algo novo, então os mesmos tópicos são revisitados constantemente nas conversas online e offline. Mas, há um ponto na história que pouco (ou nunca) é comentado: o lançamento oficial no Brasil do console e de seus jogos. Poucas pessoas lembram que o PS2 foi realmente lançado oficialmente no Brasil e teve uma pequena parcela de sua gigantesca biblioteca de jogos produzida

na Zona Franca de Manaus. O mais comum é as pessoas se lembrarem de jogos distribuídos por importadoras da época, sendo a NC Games a mais famosa delas, mas falaremos disso mais a diante nesta mesma edição. Durante pouco mais de dois anos, pesquisei em notícias e em muitos anúncios de grupos de venda e plataformas até chegar em uma listagem que estou seguro de compartilhar como sendo a lista completa dos jogos nacionais. Porém, antes de falar sobre os jogos, creio que vale documentar o que consegui levantar sobre a linha do tempo do lançamento nacional. ►

O MERCADO NACIONAL NO INÍCIO DOS ANOS 2000

Desde o início da geração de 32/64-bits, o primeiro Playstation dominou as vendas de consoles no Brasil mesmo sendo comercializado somente através de importadores legalizados e do mercado cinza. Foi este segmento cinza aliado a disponibilidade da pirataria que fez com que o console explodisse de vendas no país. O seu grande sucesso fez com que uma geração inteira de jogadores ficasse leal à marca. Alguns anos depois com o lançamento do Playstation 2 no exterior e novamente a facilidade de comprar o console destravado, o sucesso se repetiu. Em uma entrevista de 2003 para a edição 13 da revista EGM Brasil, o presidente da Sony no Brasil, Minoru Itaya, deu algumas estimativas para o mercado nacional. A Sony acreditava que havia naquela época mais de onze milhões de consoles Playstation 1 no Brasil e algo em torno de 1 milhão de Playstation 2. Todos vendidos sem a licença oficial da Sony. Esses números eram muito superiores aos de vários países europeus que tinham o console lançado oficialmente. Muitos se perguntavam na época qual era o real motivo dos consoles não serem lançados oficialmente aqui. Vamos lembrar que foi nesta época em que a Gradiente terminou a parceria com a

Nintendo devido a pirataria e a economia da época. Mas, o primeiro fator que a Sony citava na época era ligado diretamente a Gradiente. A empresa brasileira havia comprado a marca PlayStation no Brasil em 1999 da empresa Lismar Ltda, ou seja, a Sony não poderia lançar o console aqui com o mesmo nome utilizado no restante do mundo, porque a marca simplesmente não era sua. A Gradiente afirmava na época que o registro da marca era para um produto da empresa a ser lançado que misturava PC, player de DVD e aparelho de som, de acordo com matéria da EGM Brasil. Este aparelho acabou sendo lançado, mas com o nome de Gradiente Oz Work & PlaySolution em 2002. Durante o final de 2002 e o primeiro semestre de 2003, Gradiente e Sony negociaram a transferência da marca Playstation para a empresa japonesa.



Foto do Gradiente OZ Work & PlaySolution, focado em diversão e trabalho doméstico.



Mas, na entrevista para a edição 13 de abril de 2003 da EGM Brasil, Itaya afirmou que o acordo ainda não estava totalmente fechado, mas que após isso a Sony poderia começar a pensar no mercado brasileiro:

“A Sony e a Gradiente já fecharam um acordo e a oficialização do mesmo depende apenas de questões burocráticas. As duas empresas já chegaram a um acordo sobre o caso, e a partir do momento em que a posse da marca for obtida pela Sony, a empresa passará a estudar a viabilidade de trazer o produto ao Brasil.”

Esta questão da marca não ser da Sony era a desculpa utilizada para responder praticamente qualquer pergunta sobre um possível lançamento do Playstation 1 e do 2 no Brasil. A outra única informação dada na época era que se lançasse o console aqui, a Sony iria atuar sozinha, não iria buscar uma parceira local como a Nintendo fez com a Playtronic/Gradiente.

Para a mesma edição da EGM Brasil, Itaya comentou:

“Se houver um lançamento do Playstation no mercado nacional, a Sony atuará sozinha.”

Os grandes problemas do mercado nacional como questões tributárias, logísticas e a pirataria eram postergados pela Sony ao falar com os jornalistas.

“A partir do momento em que a marca retornar à Sony, passaremos a avaliar a atuação no mercado de games no Brasil. Fatores como pirataria, concorrência, produção, etc, serão levados em consideração.”

Era claro na época que a Sony acompanhava o mercado brasileiro de games e até mesmo as vendas dos consoles, fossem em lojas ou no mercado paralelo. Mas, a empresa não tinha a segurança de lançar seus produtos por aqui. Para isso mudar levariam ainda alguns anos.

O INÍCIO DO PLAYSTATION 2 NO BRASIL

No dia 28 de agosto de 2008, o Conselho de Administração da Suframa (Superintendência da Zona Franca de Manaus) aprovou a fabricação do Playstation 2 nas fábricas da Sony na Zona Franca de Manaus em um projeto com investimento fixo de R\$504.000,00 e total de R\$8.800.000,00 (em valores da época). Estava previsto a produção de 450 mil unidades durante o primeiro ano com a expectativa de chegar em 520 mil unidades no terceiro ano. Porém, não temos o número de quanto chegou a ser produzido. Estas informações foram noticiadas pelo jornalista Théo Azevedo do Uol. Vale lembrar que nesta época do mercado nacional, a Microsoft já havia lançado o Xbox 360 de forma oficial. Alguns meses depois, em novembro, em uma conferência para investidores, o vice-presidente de vendas da Sony Computer Entertainment America, Ian Jackson, comentou sobre a longevidade do Playstation 2 e sobre os planos de lançamento do console na América Latina. Este plano era dividido em três etapas de lançamento para os países, sendo:

- **Etapa 1:** Chile, Argentina, Peru e Colômbia;
- **Etapa 2:** Costa Rica, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua, Panamá e Venezuela;
- **Etapa 3:** Brasil, Uruguai e Paraguai.



Tomb Raider Under World (acima) e Speed Racer The Videogame (página seguinte) foram os primeiros jogos lançados pela Sony aqui no Brasil.



Neste momento do ano, o plano da Sony já estava na segunda etapa e Jackson fez a seguinte afirmação:

“ Identificamos que o mercado brasileiro é, provavelmente, a maior oportunidade para nós, e ele fará parte da terceira etapa das nossas instalações, que acontecerá entre março e maio de 2009. ”

A ideia da empresa na época era produzir cerca de 500 mil unidades de jogos para o Playstation 2 durante o ano de 2009.

Jorge Magalhães, diretor-geral da Sony DADC, chegou a comentar além desta previsão inicial:

“ Estamos projetando esses números para o mercado oficial, ainda sem considerar o impacto que a produção no Brasil pode gerar sobre a questão da pirataria, que hoje responde por 85% dos games comercializados no país. Logo, as perspectivas de mercado podem ser ainda mais otimistas se o preço dos jogos for ajustado ao poder de compra local. ”

Ainda neste anúncio de abril de 2009, foi oficializada uma parceria entre a Sony com a Warner Home Entertainment para produção e distribuição de jogos no Brasil. Sendo que **Speed Racer** e **Lego Batman** seriam lançados ainda em abril e **Tomb Raider: Underworld** seria lançado até o final do segundo trimestre do ano.

A POUCA DOCUMENTADA VIDA DO CONSOLE

Embora o plano inicial da Sony fosse lançar o console e os jogos entre março e maio de 2009, o lançamento somente ocorreu no final do ano, em novembro. O console nacional foi lançado por R\$799,00 (em valor da época) e os jogos foram separados em duas categorias de preço: R\$119,00 e R\$99,00 (em valor da época). Logo depois, ao final de dezembro, foi noticiado uma redução de preços dos jogos. Os novos valores passavam a ser R\$69,00 ou R\$89,00 (em valores da época). Em notícia do portal Terra, é possível conferir a precificação da época, dando um spoiler da listagem dos jogos lançados por aqui:

R\$69

ATV Offroad Fury 4
God of War 2
Gran Turismo 4
Jak X: Combat Racing
Jet Li: Rise to Honor
Killzone
Ratchet: Deadlocked
Shadow of the Colossus
Socom 3 U.S. Navy Seals
Socom Combined Assault

R\$89

Hot Shots Tennis
Ratchet & Clank: Size Matters
Secret Agent Clank
Syphon Filter: Dark Mirror
Twisted Metal: Head On

Já em agosto de 2010, a Warner anunciou vários jogos para o mercado nacional para diferentes consoles. Para o Playstation 2, foram anunciados os seguintes títulos: **The Lord of the Rings: Aragorn's Quest** e **Scooby-Doo and the Spooky Swamp** (este último teve o título traduzido para português no momento do lançamento). Vale citar que a Warner tinha parceria com a EA e a Codemasters para produção e distribuição dos jogos dessas empresas aqui no Brasil. Em novembro de 2010, foi anunciada uma segunda redução de preço dos jogos por parte da Sony sendo que os seguintes jogos passavam de R\$89,00 para R\$79,00: Secret Agent Clank, Syphon Filter Dark Mirror, Twister Metal Head On, Ratchet & Clank Size Matters, Hot Shots Tennis, Jak & Daxter The Lost Frontier, Motorstorm Artic Edge. Com estas informações, foi possível montar uma listagem inicial dos jogos lançados oficialmente em nosso mercado. Porém, através de pesquisas em anúncios de jogos, consegui adicionar mais títulos para esta listagem que apresento a seguir.



Gran Turismo 4, God of War 2, Shadow of Colossus e Killzone; grandes clássicos nacionalizados.



OS JOGOS NACIONAIS OFICIAIS DO PLAYSTATION 2

Os jogos lançados pela Sony por aqui apresentam selo etário nacional, porém o texto dos encartes de todos os jogos é em inglês. Uma observação antes da apresentar a lista: alguns jogos foram lançados somente no formato Greatest Hits em nosso mercado e outros apenas como Black Label. Agora, vamos dar uma olhada na lista dos jogos nacionais oficiais do Playstation 2:

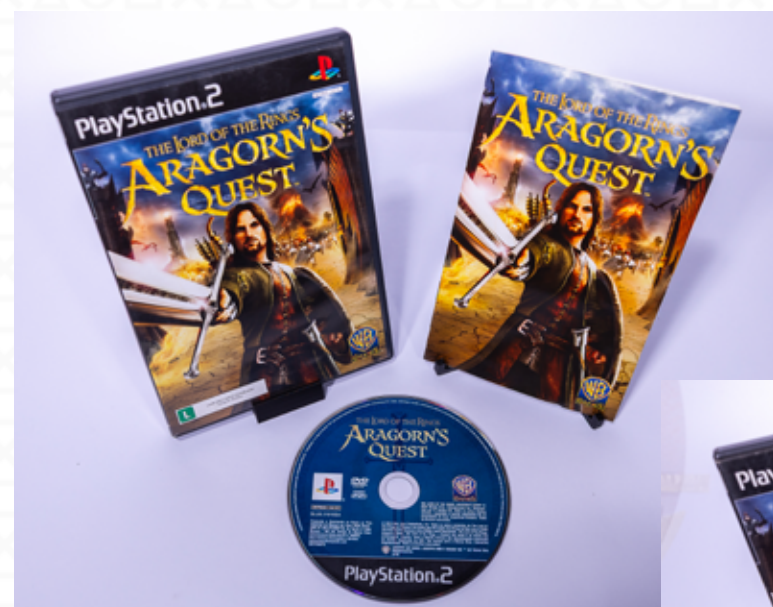
- 01 **Atv Offroad Fury 4 – Greatest Hits**
- 02 **FIFA 11 – Black Label**
- 03 **FIFA 12 – Black Label**
- 04 **FIFA 13 – Black Label**
- 05 **FIFA 14 – Black Label**
- 06 **God of War II – Greatest Hits**
- 07 **Gran Turimos 4 – Greatest Hits**
- 08 **Hor Shot Tennis – Black Label**
- 09 **Jak & Daxter: The Lost Legacy – Black Label**
- 10 **Jak X: Combat Racing – Greatest Hits**
- 11 **Jet Li: Rise to Honor – Greatest Hits**
- 12 **Killzone – Greatest Hits**
- 13 **Lego Batman: The Videogame – Black Label**
- 14 **Lord of the Rings, The: Aragorn's Quest – Black Label**
- 15 **Motorstorm: Artic Edge – Black Label**
- 16 **Ratchet & Clank: Size Matters – Black Label**
- 17 **Scooby-Doo e o Pântano Assustador – Black Label**
- 18 **Scooby-Doo: First Frights – Black Label**
- 19 **Secret Agent Clank – Black Label**
- 20 **Shadow of the Colossus – Greatest Hits**
- 21 **Socom 3: U.S. Navy Seals – Greatest Hits**
- 22 **Socom: Combined Assault – Greatest Hits**
- 23 **Speed Racer: The Videogame – Black Label**
- 24 **Syphon Filter: Dark Mirror – Black Label**
- 25 **Tomb Raider: Underworld – Black Label**
- 26 **Twisted Metal: Head On – Black Label**

Motor Storm Arctic Edge, ATV OFF Road Fury 4 e Hot Shots Tennis fazem parte do catálogo nacional de PS2.

Dos jogos desta lista, três deles possuem variações nas capas no campo da faixa etária. Os três são jogos da Warner e são:

01

The Lord of the Rings: Aragorn's Quest



Selo etário Livre.



Selo etário 10 grande.



Selo etário 10 pequeno.

02

Scooby-Doo e o Pântano Assustador



Selo etário Livre grande.



Selo etário Livre pequeno.



03 **Scooby-Doo: First Frights**



Selo etário Livre grande.

Selo etário Livre pequeno.



É possível que existam outros jogos e variações que não cataloguei durante todo este tempo que dediquei a criação e coleção deste set, mas acho bastante improvável ter algum jogo ainda desconhecido.

AS IMPORTADORAS E DISTRIBUIDORAS

Embora a Sony tenha lançado oficialmente os jogos de Playstation 2 no Brasil somente em 2009, a grande maioria das pessoas que visitava lojas de videogame na época do auge da geração 128 bits se lembram de ver jogos com selo de importadoras. O caso mais emblemático foi o da empresa NC Games. Porém, ao longo de minha pesquisa descobri outras duas empresas que também fizeram um processo de nacionalização de encarte e/ou manuais. Falando sobre a principal, os jogos da NC vinham com um adesivo na frente com o selo da empresa e atrás vinha um outro adesivo com mais informações sobre o jogo. Em muitos casos, estes adesivos eram bem difíceis de serem retirados sem deixar alguma marca na embalagem do jogo. Mas, vale citar que alguns jogos tiveram seus encartes e manuais traduzidos pela empresa. Já outros tiveram somente seu encarte traduzido e alguns outros somente os manuais. Olhando com cuidado os encartes é possível ver quando um jogo acompanha manual traduzido e quando não. A única questão em aberto pra mim foram os jogos que achei somente o manual em português. Não sei como isso era embalado na época e como era informado aos clientes. A lista da NC games que montei está a seguir:

JOGOS COM ENCARTES E MANUAIS TRADUZIDOS

02

Pirates of the Caribbean: At World's End



01

God of War II



04

TMNT



03

Pro Evolution Soccer 2008



05

Winning Eleven: Pro Evolution Soccer 2007



JOGOS SOMENTE COM ENCARTES TRADUZIDOS

01

As Crônicas de Nárnia Príncipe Caspian



02

Homem de Ferro

JOGOS SOMENTE COM MANUAIS TRADUZIDOS

01

Winning Eleven 9



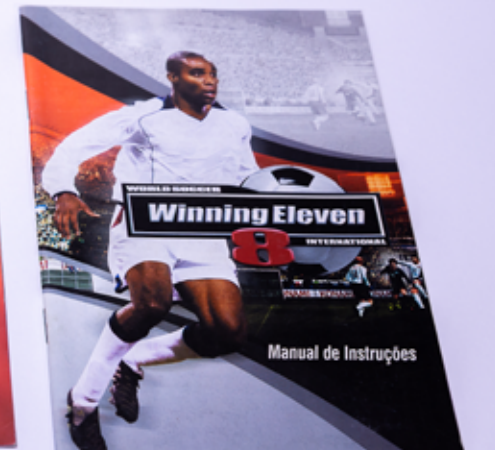
02

Os Incríveis



03

Winning Eleven 8





As outras duas importadoras que chegaram a nacionalizar jogos foram a Synergex e a Logistic Network. A primeira nacionalizou encarte e manual do jogo **Power Rangers: Super Legends** e a segunda nacionalizou o encarte do **Need for Speed: Pro Street** e também o encarte e manual do **FIFA 08**. É importante citar que o manual em português do **Power Rangers** fica no verso do encarte do jogo, sendo que dentro da caixa vinha o manual em inglês. Ainda sobre a Synergex, ela também montou um bundle de jogos para o Brasil, o **Sonic Collection**, que englobava 3 jogos da série: **Sonic Riders: Zero Gravity**, **Sonic Heroes** e **Sonic Mega Collection Plus**.

Tanto a história dos lançamentos nacionalizados pelas importadoras como os jogos produzidos pela Sony e Warner em Manaus nunca foram realmente documentados até agora. Esta é a primeira parte de uma série de matérias que esperamos publicar na RGB contando a história dos jogos nacionais fornecendo um guia para quem quiser os colecionar. ■■■

Need for Speed Pro Street e Power Rangers Super Legends foram um dos jogos lançados por importadoras.

CATÁLOGO DE TODOS OS JOGOS DE PLAYSTATION 2 LANÇADOS NO BRASIL



Atv Offroad Fury 4
Lançamento: **Sony/Warner**



**As Crônicas de Nárnia:
Príncipe Caspian**
Lançamento: **NC Games**



FIFA 12
Lançamento: **Sony/Warner**



FIFA 13
Lançamento: **Sony/Warner**



FIFA 08
Lançamento: **Logistic Network**



FIFA 11
Lançamento: **Sony/Warner**



FIFA 14
Lançamento: **Sony/Warner**



God of War II
Lançamento: **Sony/Warner**



God of War II

Lançamento: **NC Games**



Gran Turismo 4

Lançamento: **Sony/Warner**



Jak & Daxter: The Lost Legacy

Lançamento: **Sony/Warner**



Jak X: Combat Racing

Lançamento: **Sony/Warner**



Homem de Ferro

Lançamento: **NC Games**



Hor Shot Games

Lançamento: **Sony/Warner**



Jet Li: Rise to Honor

Lançamento: **Sony/Warner**



Killzone

Lançamento: **Sony/Warner**



Lego Batman: The Videogame

Lançamento: **Sony/Warner**



Motorstorm: Arctic Edge

Lançamento: **Sony/Warner**



Pirates of the Caribbean: At World's End

Lançamento: **NC Games**



Power Rangers: Super Legend

Lançamento: **Synergex**



Need for Speed: Pro Street

Lançamento: **Logistic Network**



Os Incríveis

(somente manual)

Lançamento: **NC Games**



Pro Evolution Soccer 2008

Lançamento: **NC Games**



Ratchet & Clank: Size Matters

Lançamento: **Sony/Warner**



**Scooby-Doo
e o Pântano Assustador**
Lançamento: Sony/Warner



**Scooby-Doo:
First Frights**
Lançamento: Sony/Warner



Socom 3: U.S. Navy Seals
Lançamento: Sony/Warner



Socom: Combined Assault
Lançamento: Sony/Warner



Secret Agent Clank
Lançamento: Sony/Warner



Shadow of the Colossus
Lançamento: Sony/Warner



Sonic Collection Bundle
Lançamento: Synergex



**Speed Racer:
The Videogame**
Lançamento: Sony/Warner



Syphon Filter: Dark Mirror

Lançamento: Sony/Warner



The Lord of the Rings: Aragorn's Quest

Lançamento: Sony/Warner



Twisted Metal: Head On

Lançamento: Sony/Warner



Winning Eleven: Pro Evolution Soccer 2007

Lançamento: NC Games



TMNT

Lançamento: NC Games



Tomb Raider: Underworld

Lançamento: Sony/Warner



Winning Eleven 8 International (somente manual)

Lançamento: NC Games



Winning Eleven 9 (somente manual)

Lançamento: NC Games

BEEHIVE

Construindo uma comunidade para construir o futuro.

Como uma paixão por tecnologia se transformou na maior revenda de impressoras 3D do Brasil.



CRESCIMENTO COM PROPÓSITO

3 Anos. Esse é o tempo que a Beehive 3D levou para criar uma comunidade forte e se tornar a maior Revenda 3D do Brasil. Nosso foco sempre foi de construir uma comunidade, fazer a Impressão 3D estar dentro do maior número de casas.

Ao longo desses 3 anos, a empresa se consolidou como uma das principais referências do Mercado 3D no Brasil, reunindo o maior showroom físico de impressoras 3D do país, um dos estoques mais variados do mercado e uma estrutura voltada para atender desde iniciantes até grandes empresas que utilizam fabricação digital em seus processos.

O ESPÍRITO DA COLMEIA

Mas o que realmente diferencia a Beehive não está nas máquinas. Está nas pessoas.

O próprio nome "Beehive" significa colmeia. E essa não é apenas uma escolha de marketing.

A filosofia da empresa está baseada na colaboração. Assim como em uma colmeia, onde cada indivíduo contribui para um objetivo maior, a Beehive busca conectar fabricantes, designers, engenheiros, empreendedores, educadores e entusiastas em um mesmo ecossistema. Acreditamos que a inovação acontece quando o conhecimento circula.



ÁREA DE CONVIVÊNCIA



ÁREA DE ENTRETENIMENTO



A MAIOR EXPOSIÇÃO FIXA DE VIDEOGAMES DO BRASIL

BEEHOME (TODO SÁBADO DAS 10H ÀS 16H) ONDE A COMUNIDADE SE ENCONTRA

Mais do que uma simples demonstração de equipamentos, o BeeHome se tornou um ponto de encontro para quem deseja aprender, compartilhar experiências e conhecer as novidades do mercado.

É o momento em que clientes, parceiros e entusiastas deixam de ser apenas consumidores e passam a fazer parte de uma comunidade ativa que cresce junto com a tecnologia.

FAÇA PARTE DA NOSSA COMUNIDADE



Av. Queiroz Filho, 1700 - Bloco A - Térreo
Em frente ao Parque Villa-Lobos



@bee.hive3d



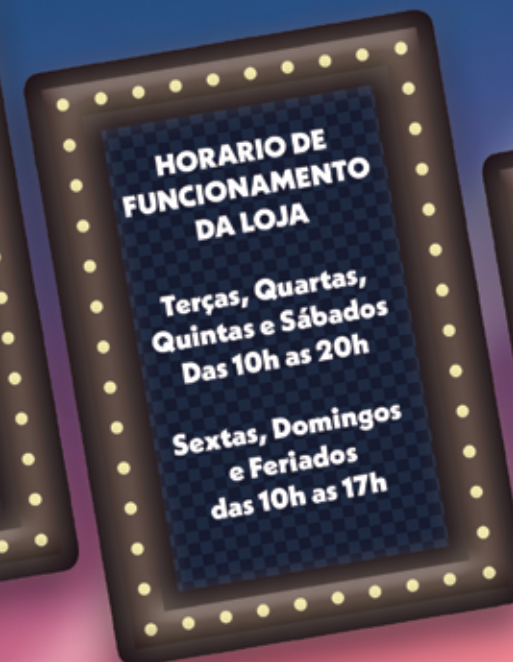
bee.hive3d



www.beehive.com.br

A CASA DO VIDEOGAME

O LAR DO COLECIONADOR





GAMER, JORNALISTA E NINTENDISTA

PABLO MIYAZAWA

Conhecido por seu trabalho na Playtronic, Nintendo World, EGM e Rolling Stone, entrevistamos um dos maiores jornalistas de games do Brasil.



Texto e entrevista por Galdius

Um dos nomes do jornalismo brasileiro de games que mais marcou minha vida foi ele: Pablo Miyazawa foi editor das revistas Nintendo World, EGM Brasil, Rolling Stone e do portal IGN Brasil. Também assinou colunas nos portais UOL e Terra, escreve reportagens no jornal Valor Econômico, é um

dos apresentadores do podcast Página Não Encontrada e é sócio do portal The Gaming Era. Além de tudo isso, acabou de escrever o livro Nintendistas, sobre a história da Nintendo no Brasil. Tivemos uma longa conversa sobre sua vida, trajetória profissional e suas visões do mercado atual e do futuro do entretenimento.

RGB: Como uma pedra rolando, você parece não parar nunca. Sempre tem mais de um projeto em andamento. Os nossos leitores muito provavelmente sabem da existência do Nintendistas que conversaremos mais à frente, mas quais são seus outros projetos atualmente?

Pablo Miyazawa:

O Nintendistas ocupou muito mais tempo do que eu imaginava. Eu não esperava estar, dois anos depois, ainda falando dele. Desde que saí do IGN Brasil, procurei diversificar o que faço para não depender só do mercado de games, que sabemos que depende de iniciativas aventureiras como a própria Revista RGB para sobreviver. Quando comecei no IGN Brasil em 2015, esse já era um ponto fora da curva – uma empresa estrangeira trazer um site e pagar royalties por isso. Eu sabia que não duraria para sempre, então depois que saí, tentei me colocar como alguém que faz de tudo um pouco nas áreas em que atuei: games, música e cultura pop. Não tem sido fácil, porque o jornalismo continua não sendo bem remunerado. Há dois anos, comecei uma sociedade com o site The Gaming Era, que aplica jornalismo ao mundo de negócios de videogames,

um terreno nunca explorado no Brasil, já que o público normalmente só quer saber de jogar ou comprar. Também tenho planos de fazer uma publicação em papel: o sucesso do Nintendistas e da Revista RGB mostra que existe um público carente de produtos físicos bem elaborados, voltado para jogadores que hoje são adultos. Ainda preciso testar o mercado, mas sigo atirando para todos os lados. Uma hora aparece alguma coisa boa.

RGB: Você falou da parte de música na sua vida, como se vê no podcast “Página Não Encontrada”. Parece até que a música é algo mais importante do que os games. O que te motiva a fazer este podcast?

Pablo: Realmente, se eu pudesse escolher entre qual segmento eu gostaria de viver mais, e não necessariamente trabalhar nele, provavelmente seria a música. Não estou menosprezando o que conquistei trabalhando com games, mas editei uma revista de música por muito tempo. Acho que mais do que isso, tive muito sucesso pessoal aprendendo música, tocando, conhecendo pessoas nesse universo e me envolvendo com isso. Videogame é engraçado, porque foi minha primeira

paixão quando criança, mas quando eu comecei a pensar na profissão que seguiria, eu sempre pensava em jornalismo, mais por conta de cultura e música, e nunca pelos videogames. Os games pareciam presentes sempre como um passatempo. O que me parece é que o videogame que a gente conhecia, que a gente amava, está deixando de existir em várias instâncias. Agora, veja só, até querem acabar com os jogos físicos...

“Então, eu acho que não me interessa tanto hoje pela indústria de games atualmente, porque acho que ela sofre com graves problemas. Mas, não vou dizer também que a indústria da música também está super bem. A real é que não é um bom momento para vários temas dentro do jornalismo.”

RGB: Mas, fazendo o podcast não quer dizer que você tem de estar antenado nas novas músicas?

Pablo: Até deveria, mas tem alguns detalhes aí. O trabalho no podcast não é lucrativo, não consegue monetizar. Já pensamos nisso, mas a gente percebeu que deixaria de

ser tão divertido se a gente tornasse aquilo um trabalho. O podcast me permite que eu continue ouvindo as músicas que eu gosto. Mas é diferente, por exemplo, de quando eu editava a Rolling Stone, que era uma revista mais ampla. Por exemplo, eu era obrigado, realmente, a ouvir o novo disco da Madonna.

RGB: Quais são seus gêneros musicais preferidos?

Pablo: É rock, né, cara? Rock clássico e um pouco mais moderno, o que os leigos chamam de “indie”. Comecei a gostar de música em 1991, ano do Nirvana e do grunge, com o heavy metal clássico ainda vivo e ganhando os holofotes com o Metallica. Nunca deixei de gostar de rock, foi como comecei a tocar guitarra e baixo. As bandas alternativas que eu ouvia nos anos 1990 ainda estão em atividade, lançando discos décadas depois, o que rende histórias interessantes para contar. Mas escuto de tudo, inclusive muita MPB dos anos 1960 e 70, uma herança da época da Rolling Stone e da influência dos meus pais. Ainda assim, tenho meus preconceitos com gêneros novos, não tenho saco.

RGB: Você escuta músicas de jogos normalmente

ou somente quando está jogando mesmo?

Pablo: Tenho ouvido muita game music por conta do meu envolvimento com a banda Gameboys, que conseguiu transformar música de game em algo além. Sempre respeitei essas iniciativas, desde que conheci o Nino, da banda Mega Driver, que faz versões metal de clássicos de videogame. Com o Gameboys, comecei a olhar mais para o trabalho de compositores como Yuzo Koshiro e Michiru Yamane, além de nomes ocidentais como David Wise e Barry Leitch. Achou que a música de game demorou para ser valorizada e ainda vai ganhar um status maior do que tem hoje. A gente sempre lembra dos mesmos nomes dos anos 1980 - Koji Kondo, Nobuo Uematsu - e não fala do que é produzido atualmente.

É legal ver que esses compositores têm encontrado no Brasil um acolhimento enorme dos fãs. David Wise, Barry Leitch, Shota Nakama vêm aqui e são idolatrados, mesmo que as pessoas não entendam bem como eles criam suas músicas.

RGB: Nesta questão de músicas de jogos, qual foi a primeira música que te marcou nos videogames?

Pablo: A primeira música que eu me lembro de cantar, e eu nem sei se é realmente uma música original do game ou se ela foi transformada em chiptune para o game, é a trilha do Decathlon do Atari, que é do David Crane. Eu acho que não foi originalmente criada por eles, deve ser alguma música esportiva que eles transformaram. [nota do editor: a faixa em questão é “Bugler’s Dream”, de Leo Arnaud]. Mas é a única música que consigo lembrar de algum jogo do Atari. Nem sei se outros jogos do Atari têm música, além do game do E.T., que é uma versão chiptune do tema do John Williams.

RGB: Já que voltamos um pouco no tempo, qual foi seu primeiro videogame? Foi o Atari?

Pablo: O Atari eu demorei muito para ter. Eu joguei na casa de primos. Eu só fui ter o meu Atari em 1987, sendo que lançou aqui em 1983. Na verdade, o meu primeiro videogame de fato foi o Game & Watch do Donkey Kong Jr. Mas antes de ter o Atari, eu o aluguei muitas vezes. Tinham muitas locadoras no Brasil,

em São Paulo que alugavam cartuchos e consoles, e como não havia outras opções, era isso o que dava para fazer. Mas eu pulei do Atari para o Phantom System muito rápido. Como vamos mostrar no Nintendistas, o Brasil teve um momento entre 1983 e 1988 em que nada aconteceu no sentido de evolução. Não existia ainda a Tectoy aqui ou algum clone de Nintendinho, mas tinham muitos clones de Atari e os outros videogames que representavam uma parcela ínfima do mercado: o Intellivision, o Odyssey. Então, videogame era Atari e não tinha para onde fugir. Por isso que muita gente mais adulta estava jogando computadores, como o Amiga, o TK e o MSX, principalmente. Os meninos grandes estavam jogando no computador. E crianças que não sabiam o suficiente jogavam o Atari. Se não fosse pelo lançamento dos clones de NES e da campanha pesada da Tectoy para colocar o Master System na casa das pessoas, eu e muita gente não desejaríamos um videogame importado. Quando começou a “guerra” dos videogames aqui em 1989 com vários Nintendos e o Master System disponíveis, de repente abriu um mundo novo junto com as locadoras e, em seguida, com as revistas de games.

RGB: Mas depois do Phantom você foi para o Mega Drive?

Pablo: Eu fui rapidamente para o Mega.

RGB: Por que rapidamente?

Pablo: Eu ganhei o Phantom no Natal de 1989, que foi o Natal do lançamento. Todo mundo que conheço ganhou ou o Master ou o Phantom naquele momento e poucas pessoas foram pro Dynavision 2 ou pro Turbo Game. Não demorou muito para a Tectoy lançar o Mega Drive, sendo que tinha acabado de sair o Super Famicom. A gente sabia que o Mega Drive estava disponível com tudo em português, vendendo na loja da esquina. E o Super Famicom tinha acabado de sair no Japão e era um troço “muito longe da gente”. Então, no primeiro trimestre de 1991, um tio me perguntou: “Qual que você quer? O Mega ou o Super Famicom?”. Eu pensei e falei: “Eu quero Mega Drive”. Por quê? Porque tem um monte de jogos na locadora. Porque as revistas estão falando disso e o Super Famicom era em japonês. Quando vi o console da Nintendo pela primeira vez, na locadora Dimensão Games, na hora notei que o Super Mario 4, como era chamado, era muito melhor do que qualquer

coisa do Mega Drive. No livro, eu até falo sobre isso - foi uma escolha consciente, sabendo que eu poderia me arrepender depois. E foi o que aconteceu. Mas, não havia um videogame melhor para o brasileiro naquele momento do que o Mega. E os nintendistas sabem disso. Ocasionalmente eu até alugava o SNES, mas eu fui me desinteressando ao ponto de pensar: “Vou vender meu Mega Drive, não me faz falta”. Eu vendi e comprei um contrabaixo e comecei minhas bandas.

Eu nunca tive o Super NES e continuo não tendo. Só fui voltar a ter um console da Nintendo com o N64, que comprei no meu primeiro mês trabalhando na Playtronic, porque eu tinha o desconto de funcionário. Acho que custava menos do que o meu salário.

RGB: Mas você entrou na Playtronic e escolheu comprar um 64. Não fazia sentido você comprar o SNES para facilitar o seu trabalho?

Pablo: Naquele momento, essa coisa de mudança de geração era até mais brutal do que hoje, porque a diferença entre o N64 e o Super NES

é muito notável e a gente sabia que as coisas legais da Nintendo só iam sair para o novo console. Eu entrei na Playtronic um pouco depois do lançamento do Donkey Kong Country 3. Para mim, não fazia sentido ter um videogame que não ia mais ter jogos novos. Obviamente, eu tinha à disposição uma enorme gaveta com todos os jogos de Super Nintendo e um console que ninguém estava muito afim de jogar, porque afinal de contas, a gente estava esperando o Mario Kart 64, o Star Fox, o GoldenEye. Então, o futuro do N64 era muito promissor, enquanto o Super NES já era “old news” naquele momento.

RGB: Na sua função de Powerline você ajudava as pessoas a passarem partes difíceis dos jogos. Você lembra alguma vez em que uma pergunta te pegou desprevenido?

Pablo: Sim, e era uma piada interna. Ninguém queria pegar ligações sobre certos RPGs do começo do Super NES, porque não apenas eram muito difíceis de dar dica, mas eram complexos para o consumidor explicar onde estava no jogo. Nosso sistema computadorizado de dicas não tinha imagens ou vídeos, era só texto em inglês. Quando surgiam essas ligações de jogos que eu não tinha jogado, eu só podia respirar fundo e fazer as perguntas certas para o consumidor até conseguir localizar a resposta no meu sistema. Eu não lembro de alguma em que fiquei muito enrolado, mas várias vezes eu tive de apertar o botão de mudo no telefone e perguntar para alguém da equipe que estava lá há mais tempo:



“Ei, alguém já respondeu isso aqui?” E os caras sempre zoavam: “Haha, putz, se fodeu”.

RGB: E falando de revistas de jogos, você lembra qual foi a sua primeira?

Pablo: Lembro o dia em que comprei, inclusive. Foi a VideoGame #1. Essa é a dúvida que todo mundo tem: ninguém sabe qual chegou primeiro às bancas, se foi a VideoGame da editora Sigla ou a Ação Games da editora Azul. Eu era leitor assíduo da A Semana em Ação, porque tinha várias coisas de que eu gostava – esportes radicais, Fórmula 1, mulher pelada e videogame [risos]. E eu comprava desde a época em que ela chamava São Paulo em Ação. Eu comprava toda semana, recortava as fotos, colava no caderno e tal. E sempre tinha algo sobre videogame, uma ou duas páginas dando dicas. E sempre tinha algum sorteio de um clone do Nintendo. Eu tinha bastante envolvimento com revistas nessa época, porque nesse mesmo ano, meu pai tinha um estúdio que foi contratado para fazer uma versão da revista Super Interessante para jovens. Eu participei da produção inclusive, então eu sabia muito bem como eram as revistas da Editora Abril. E eu não gostava

tanto assim, porque achava que tratava o leitor como se fosse criança. Já a VideoGame parecia uma revista de adultos para crianças, mas que levava o assunto mais a sério.

RGB: Falando de Nintendo World, qual que foi a que mais te marcou? Sem ser a 13, porque a 13 é a que mais vendeu.

Pablo: A #13 foi a edição “de linha” que mais vendeu. A mais bem-sucedida de verdade foi a especial #1, que veio com o pôster de Pokémon e vendeu mais de 100 mil exemplares. Eu acho que a número #13 vendeu uns 95 mil. Lembro que era um número brutal, porque era tipo quase o dobro da edição anterior. Eu diria que o primeiro ano da NW, de 1998 até o final de 99, foi especial porque eu tinha autonomia para fazer as coisas, mas eu não era o chefe.

A gente só começou a assinar os textos a partir da edição #7, quando entrou o Odair Braz Junior como editor-chefe. A partir do segundo ano, o Odair começou a ter tantas coisas para gerenciar lá dentro que foi largando mão um pouco da NW, porque a Herói voltou e a gente lançou a Pokémon Club.

De repente, eu era o cara que mais entendia da NW e aí foi um caminho natural para eu me tornar editor-assistente e depois editor. Eu só me dei conta de que tinha um papel muito importante quando eu fui para a E3 pela primeira vez em 2000. O resultado disso foi a matéria de capa da edição #22. Essa ainda é minha favorita porque escrevi junto com o [Eduardo] Trivella. Fiquei muito orgulhoso do resultado, foi uma combinação de muito conteúdo com uma arte muito legal, fotos que eu mesmo tinha fotografado... Eu me senti muito jornalista [risos].

RGB: Você começou fazendo um pouco de tudo na NW. Como era esse processo de criação? Vocês começavam por onde? Como vocês montavam a revista?

Pablo: Essa coisa de reunião de pauta não tinha muito na NW. Quando a revista surgiu em 1998, toda a imprensa gamer da época falou que era uma doideira lançar uma revista sobre Nintendo porque não se acreditava que havia público. E não apenas isso, também não tinha tanto assunto assim. A primeira edição saiu com Mortal Kombat e Banjo na capa, porque o André Forastieri [idealizador da revista] não acreditava que o Banjo

sozinho na capa faria sentido. Porque além de as pessoas não saberem quem era o Banjo, não era todo mundo que tinha o N64. Mas com o Sub-Zero, daria um aspecto de equilíbrio nos assuntos que faria a pessoa olhar e falar: “Não é só para criança”. Foi resultado da percepção de que a gente não estava lidando com um público super infantil, que era o que se acreditava. Se pegar o primeiro ano inteiro da NW, a maioria das capas não é de jogo para crianças. Ao mesmo tempo, parecia haver uma abundância de assuntos. Só que a partir do segundo ano, não foi mais assim e eu já era responsável por surgir com ideias. Na edição #20, colocamos a Lara Croft na capa, por conta de um jogo de Game Boy. Na #23, juntamos a Joanna Dark e o Solid Snake. Daí na edição seguinte, demos capa para International Superstar Soccer 2000. Só no final do ano que melhorou, com Pokémon Gold & Silver, Majora's Mask, 007, Banjo-Tooie... Também tinha o Conker, mas esse a gente não pôde dar capa.

RGB: Não podia, mas você colocou o Conker ali no canto da capa da edição 29.

Pablo: A Gradiente não queria o Conker na capa por outras razões. Mas como a gente decidia as capas? Basicamente, o fator principal era: qual é o jogo mais importante do mês? Segundo: a Nintendo vai lançar no

Brasil? Decidindo isso, o resto andava sozinho. Depois de um tempo, a gente começou a pensar que precisava de algo a mais. Isso veio muito da cultura da Ação Games que o Odair trouxe para a revista, de que cada edição exigia uma matéria com seres

humanos. Mas o único assunto que realmente importava era qual seria a capa. Era a única pergunta que o Forastieri nos fazia: “Qual é a capa desse mês?”. Existia também uma vontade da equipe, eu o Rogerinho [Motoda, redator], principalmente, que éramos caras de 20, 21 anos, de fazer uma revista menos infantil. Tem que lembrar que esse era um ecossistema que girava em torno do PlayStation. Então, Nintendo era “para criança”, porque PlayStation tinha jogos em CD muito baratos e tinha Metal Gear, Resident Evil, Final Fantasy... E a gente lá, lidando com o Mario Party [risos]. A gente tinha que tentar dar uma “mascarada” e mostrar que sim, a Nintendo pode ser cool, pode ser edgy.

O problema é que a gente batia de frente com a Gradiente. Quando surgiam jogos para jovens adultos, como Shadow Man, a gente não podia ser tão profundo quanto gostaríamos, porque afinal, a Nintendo é family friendly. Ou então no caso do Conker: mesmo sabendo que pouquíssimas pessoas iam jogar, a gente sabia que os adolescentes iam adorar um jogo em que se enfrenta um cocô.

Só que a própria Gradiente não nos deixou pôr o Conker sozinho na capa, porque isso de alguma forma afetaria a maneira como eles queriam vender a Nintendo no Brasil. Por alguma razão, a gente achava que era o “ou vai ou racha” com o GameCube. Ou o console atingiria o público adulto, ou não daria mais para fazer a NW, porque a gente só ia perder a partir daí. E foi exatamente o que aconteceu. As pessoas que jogam Nintendo crescem e se tornam adultas, mas naquela época, a gente não conseguia mais atender a essas pessoas. E foi isso o que abriu espaço para a EGM Brasil.

RGB: Então, qual era a diferença de fazer a NW e fazer a EGM Brasil?

Pablo: A NW tinha sempre esse filtro da Gradiente ou da Nintendo of América. A gente pensava: “Se a Gradiente está lançando esse jogo aqui, naturalmente vai ser a nossa capa”. E quando não tinha esse grande jogo, o que fazer? E quando não tiver mais a Gradiente no Brasil? Na verdade, existe gente que trabalhou comigo que acha que quando a Gradiente saiu, ficou mais fácil de fazer a NW. A EGM era uma revista que já tinha um formato pronto e era claramente voltada para um público diferente.



O começo de tudo! A Nintendo World iniciou uma nova era de revistas especializadas de games no Brasil



A equipe inicial da boa e velha Nintendo World

Eu queria imaginar que não era só para adolescentes. Eu queria imaginar que quem lia a EGM era mais descolado, que quer saber “das coisas por trás das coisas”, que não estava interessado em dicas. Era muito mais fácil fazer a EGM, porque eu podia não só falar sobre vários consoles, mas sobre vários assuntos, sendo que na Nintendo, a gente tinha de forçar a barra para fazer essa mesma matemática. Eu sempre pensava que estava falando com alguém quase da minha idade, sendo que na NW eu focava em leitores com ao menos dez anos a menos que eu. Só que era um leitor tão dedicado que lia qualquer coisinha que a gente escrevia, que pegava as piadas, e talvez até tenha carregado um pouco disso para a sua vida.

A minha parceria com o Trivella foi transportada da NW para EGM com muito sucesso, porque na NW, o Trivella era justamente o cara que fazia o “lado adulto” da Nintendo. Esse período em que fizemos juntos a EGM Brasil das edições #25 a 50 foi o meu período favorito no jornalismo de games.

RGB: E quanto o nome EGM ajudava ou não a conseguir exclusividades?

Pablo: Às vezes até atrapalhava. Por exemplo, as empresas concediam um slot de entrevista na E3 para a EGM. Se havia EGM Brasil e EGM México, eles meio que falavam: “Vocês não precisam, podem usar o conteúdo da matriz”. Com o IGN foi a mesma coisa. Quando eu fui fazer o IGN Brasil dez anos depois, também passei por isso: “Ah, vocês não vão entrevistar o fulano porque o IGN USA já vai fazer”. A gente teve de fazer todo um trabalho de educação do mercado brasileiro para explicar o que é Electronic Gaming Monthly. Com a Nintendo era mais fácil: “a revista oficial da Nintendo”, pronto. EGM foi um trabalho de formiguinha, mas o mercado era tão pequeno, que na verdade quem gostou muito desse momento foi o setor de games de PC, que era grande e bem desenvolvido no Brasil. A EGM não era uma revista que ensinava a jogar ou que dava detonados. Eu vejo que o público que jogava GTA é o mesmo público do Call of Duty: são pessoas que querem jogar, mas não ligam para saber quem fez o jogo, os segredos por trás da produção. A EGM do jeito que era, com muita reportagem,

com muitos seres humanos, pensatas, colunas, reviews múltiplos, conseguia atingir um cara que era muito interessado em cultura de videogames, e não exatamente o jogador hardcore.

RGB: Depois você saiu da EGM Brasil e foi para a Rolling Stone em 2006.

Pablo: Agosto de 2006 foi meu último mês na Conrad. Eu já tinha passado pela EGM, já tinha feito a Herói e a NW, tinha criado uma revista infantil chamada Clube, que era uma Herói para crianças, além de um monte de revistas “de oportunidade”. Nessa época, as revistas não estavam mais vendendo tão bem. Só que esse era mais um reflexo da digitalização do mundo do que exatamente da qualidade das revistas em si. Eu já tinha colocado na cabeça que esse negócio de revista de games tinha os dias contados. Na Rolling Stone, o meu trabalho seria escrever sobre vários assuntos que giram em torno do universo da cultura, e games seria uma delas. Na segunda edição da revista, fiz uma matéria de seis páginas sobre a guerra dos consoles no Brasil, em que entrevistei Microsoft, Sony e Nintendo. Eu percebi o poder da marca Rolling Stone para falar com essas marcas estrangeiras. Fiquei muito



Pablo Miyazawa e Eduardo Trivella, parceria que durou por muitos anos e projetos.

Foto: Rogério Motoda/Nintendistas

orgulhoso de elevar meu discurso e falar de games para outro público. Mas também foi um momento em que, de repente, para a indústria da música, o videogame ficou muito interessante por conta dos simuladores Guitar Hero e Rock Band. Por isso que consegui continuar cobrindo a E3, porque consegui convencer anunciantes a patrocinarem minhas matérias. Fui para a E3 dois anos seguidos com o patrocínio da Gillette. E eu não precisava escrever uma linha para internet. Eu apurava tudo e fazia reportagens longas

com toda calma, porque só ia sair na revista no mês seguinte. Já em 2010, fiz um monte de matérias para o site também. Eu não tinha a obrigação, mas era assim: “Estou na coletiva do Xbox e apareceu o Paul McCartney, Ringo Starr e o Steven Spielberg. Tenho de contar como foi! Joguei o game dos Beatles, quero escrever sobre isso!”. E por aí vai.

RGB: Antes da Playtronic, você trabalhou em uma loja de CD. Como que essa experiência te ajudou na Rolling Stone?

Pablo: Ajudou muito. É engraçado porque trabalhando com música, vendendo discos para um público bem selecionado - era uma loja de discos com porta fechada, as pessoas tinham que tocar campainha para entrar -, eu pude conhecer muitas pessoas que entendiam muito de música e tive contato com o mundo louco da importação de discos e a chance de ouvir álbuns que estavam saindo no mesmo dia. Foi um privilégio que ajudou a abrir minha cabeça para outros estilos. Mas como a música já estava no meu



SAVE
POINT

Rolling Stone foi a guinada na
carreira do Pablo Miyazawa.



DNA, eu acho que ser um músico amador desde os 14 anos me ajudou ainda mais. Trabalhar vendendo discos se coloca em mais um dos privilégios que tive de só trabalhar em coisas legais. O primeiro emprego numa banca de jornal, depois numa loja de discos, daí trabalhar dando dicas de videogame,

daí fazer uma revista de videogame, revista de música e depois um site de games que acompanhei a vida toda. É muito mais uma coleção do que exatamente uma carreira, né? [risos]. Eu consigo falar: “Eu só trabalhei com coisas que eu amo”.

RGB: E como foi começar o IGN Brasil? Foi inesperado?

Pablo: Totalmente. Naquele final de 2014, eu jamais podia imaginar que alguém ia ter coragem de trazer uma marca dessas para o Brasil. Eu tinha saído da Rolling Stone em junho e minha pretensão era tirar um ano sabático. Fiquei experimentando para ver se conseguia me desenvolver como freelancer, até que recebi a ligação de uma pessoa da Webedia me chamando para uma entrevista. Eles gostaram de mim, pedi um salário que se parecia com o que eu ganhava na revista e aceitaram, além de oferecerem benefícios que eu nem esperava. Não tive como negar. Aceitar implicaria em desistir da ideia do sabático. Eu tinha 36 anos e pensei: “Não tem momento melhor do que agora”. Para mim, o IGN era meio que a mistura entre a EGM e a Rolling Stone, só que na internet. E começaria um projeto do zero, como foi com a Rolling Stone, com a NW e a EGM. Mas teve um lado meu que pensou: “Putz, vou voltar para os videogames?”. O combinado era me darem carta branca para contratar uma equipe do jeito que eu

queria. Lógico que não foi exatamente como tinham me prometido, mas tive liberdade para criar o site junto com a minha equipe, sem tanta preocupação com a audiência. Foi esse o “bônus” que me deram: “Faça o melhor IGN possível. Depois a gente vê”. Então, no começo do site, eu não fui cobrado por audiência. Só quando comecei a ser cobrado por performance e para me alinhar às regras de SEO que tive de sair um pouco da minha zona de conforto.

RGB: Como foi para você se adaptar de sair dos fechamentos de edições mensais para fazer um portal online?

Pablo: Foi muito difícil, e eu tenho que tirar o chapéu para o cara que me ajudou muito, que foi o Gustavo Petró, que eu trouxe do G1 para ser editor. “Sem querer querendo”, ele me ensinou que eu não podia tratar o IGN como se fosse uma revista. O timing das coisas não podia ser o mesmo de uma revista mensal. Ele dizia: “Não dá para ficar tão obcecado por qualidade e precisão, porque senão você nunca vai voltar para casa. A internet não tem fim, não tem fechamento”. E no começo eu meio que tratava cada dia do IGN Brasil como um fechamento. Se a gente

decidissemos que toda quarta-feira teria um certo tipo de matéria, eu não deixava isso passar: o leitor precisava confiar na gente ao ponto de entrar no site e saber que toda quarta-feira teria aquele conteúdo. Logo isso se mostrou inviável e fui me flexibilizando, mas demorou para eu aprender a escrever para internet.

RGB: Depois que você saiu da IGN Brasil, foi fazer o quê?

Pablo: Comecei a pensar que o mundo ia acabar, porque foi no começo da pandemia [risos].

RGB: Foi quando você teve a ideia do Nintendistas?

Pablo: Não, isso levou uns quatro anos. A campanha Nintendistas aconteceu em 2024. No começo eu tentei fazer de tudo. Eu estava realmente muito magoado de sair do IGN. Tentando entender o que eu faria da vida, passava dias vendo filmes e séries e jogando games. Fiz uns especiais para a Rolling Stone e criei um programa para o YouTube da Netflix, numa época em que eles estavam investindo nisso. Continuei fazendo trabalhos esporádicos aqui e ali, mas sem me preocupar tanto de onde viria o dinheiro, porque

eu imaginava que quando a pandemia acabasse, as coisas iam normalizar. Mal sabia eu que iam piorar, né? [risos]. Na verdade, a pandemia mudou os hábitos das pessoas e a cabeça do mercado. Então, surgiu a ideia de mexer nos meus arquivos da época dos games, para fazer algo especificamente sobre Nintendo.

“A ideia era mostrar ao mundo coisas que eu achava que nunca iam ser mostradas. A ideia foi do Rodrigo Coelho, do canal Coelho no Japão, que falou: “Os fãs da Nintendo lembram de você, querem saber o que você ainda pensa sobre Nintendo e essas coisas guardadas aí são muito legais”.

A ideia foi fazer uma “super live”, um evento que se desenrolaria durante um fim de semana, e chamaríamos pessoas para debater e eu mostraria meus vídeos de entrevistas antigas. Até que quisemos ousar: “Vamos pedir para a Nintendo nos patrocinar”. Apresentei a ideia para a Nintendo of America e eles pediram uma proposta formal. Mandeí, só que nunca tive retorno. Ficou essa sensação de “que droga, por

que eles não toparam?”. A pandemia foi diminuindo, a gente conseguia já imaginar coisas presenciais, e a possibilidade de fazer algo para o público da Nintendo sempre ficou no horizonte. O que era para ser apenas uma coisa one shot e online se tornou a ideia de uma revista, que acabou se transformando em um livro, porque percebemos que haveria mais chances de bater metas e atingir mais pessoas se o produto fosse mais durável. Em setembro de 2024, começamos a falar objetivamente sobre o Nintendistas e lançamos a campanha em novembro.

RGB: Se não me engano foi em 2013 que você deu uma entrevista para o Centro de Ex-Alunos da PUC em que falou sobre a Rolling Stone: “Quero pessoas que tenham coisas para contar, mas não possam”. Seria isso o que te fez seguir com o Nintendistas desde a concepção do projeto?

Pablo: Eu queria dizer que sim, que essa tinha sido minha motivação, e que foi isso o que a gente conseguiu. Mas não foi nem uma coisa nem outra [risos]. Na verdade, quando surgiu a ideia de escrever a história da Nintendo, eu jamais pensei que não ia conseguir fazer, porque sabia que todas as pessoas

importantes estariam vivas e não teriam por que não falar. Qual seria a grande dificuldade? Ah, eu teria de fazer uma investigação, entrevistar muitas pessoas e depois escrever, né? Ou seja, o trabalho da vida do jornalista. Nenhuma novidade. Assim que comecei a investigação, percebi que as pessoas não apenas lembravam de mim e tinham muito a contar, como também nunca tinham falado sobre esse tema. Isso tornou o trabalho muito mais divertido, porque cada conversa não era só boa para mim, mas também para o entrevistado. E o engraçado é que várias das pessoas com quem falei não se lembravam das coisas que eu perguntava, e durante a conversa começavam a recordar detalhes. Mas nem sempre foi assim. Por exemplo, nós não conseguimos falar com meu chefe direto na Playtronic. Ficamos um ano tentando e desistimos.

RGB: Em um projeto tão longo, há dias bons e dias ruins. Como fez para superar os ruins?

Pablo: Eu sofri, porque o trabalho foi muito maior do que eu esperava. É difícil até colocar em palavras o que exatamente foi tão trabalhoso. Hoje sendo o primeiro dia em que realmente estou

livre, consigo perceber que essa dificuldade está ligada à minha ambição. Eu fiz o livro crescer, eu quis contar a história de um jeito mais amplo, optei pelo formato “história oral”. Quando eu dizia “já entrevistei 45 pessoas”, me falavam que eu estava maluco. E eu terminei entrevistando 90!

“Eu sabia que o livro só ia acabar quando eu falasse “chega”, mas se houvesse mais tempo, eu continuaria fazendo. Eu pensava o tempo todo: “Ninguém vai fazer esse trabalho melhor do que eu, porque ninguém tem a trajetória que eu tenho. Não posso falhar. Tenho de fazer justiça a esse negócio.”.”

E teve uma pressão diferente: eu nunca tinha feito um produto vendido com antecedência. A partir do momento que as pessoas pagam por algo, elas têm uma expectativa e se sentem no direito de cobrar – e estão certas! As superações de metas fizeram o livro ganhar a lista dos “500 maiores games Nintendo”. Só esse negócio demorou um ano para ser feito, sendo que no meu cronograma mental, não levaria mais de meses. Quando chegou a hora de finalmente

NINTENDISTAS

ニンテンディスタス

Projeto Nintendistas reúne toda história da Nintendo no Brasil.



“atacar” a história da Nintendo no Brasil, que eu achava que conseguiria fazer aos poucos, eu tinha pouco tempo e menos páginas disponíveis. Eu tenho uma “versão do diretor” do Nintendistas, que pretendo lançar um dia lançar, com muito mais conteúdo. Pelo menos 25% de tudo o que escrevi originalmente não está nessa primeira versão do Nintendistas.

RGB: E o que tem nesses 25%? Dê um spoiler!

Pablo: Eram impressões e detalhes mais precisos sobre como as coisas eram. Basicamente, são coisas que interessam a poucas pessoas. É mais uma maneira de deixar a história mais bem contada. Eu cortei vários relatos saborosos sobre a vida nas locadoras, sobre a época das revistas, coisas muito legais, mas também consegui contar a história como eu queria.

Eu não estou chateado de ter de cortar, e também não estou guardando isso para poder vender depois. As pessoas que eu abordei não apenas queriam falar porque tinham algo a dizer ou porque lembram daquele tempo com muito carinho, mas também porque nunca tinham conversado sobre isso. Eu fiquei constantemente surpreso. Tipo: “Como você, que foi presidente da Playtronic, nunca deu uma entrevista sobre esse tema? Como você, o cara que criou o Phantom System e organizou a fábrica da Playtronic, nunca falou publicamente sobre isso antes?”. É incrível essa história não ter sido contada. Isso me deixou mais animado como jornalista, mas também bateu um desespero: “Deve ter tanta gente para falar, e se eu conseguir falar com todo mundo que está por aí, a história ficará gigante”. Quando consegui o contato

com alguém da Gradiente, no caso, o Moris Arditti, que é vice-presidente da Gradiente e cofundador da Polyvox, demorou seis meses para marcar a conversa com ele. Só daí, ele me abriu as portas para eu falar com as outras pessoas da Gradiente. Foi só então que a história clareou de verdade. E não dava para falar só de videogame, mas também sobre computadores, pirataria, reserva de mercado, governo militar... Senão a história não seria contada direito. Por isso que mudamos o título da parte 1 do livro para “(Um)a História da Nintendo no Brasil”: porque toda a história tem vários lados e essa definitivamente não é a única que pode ser contada. Essa é a história que as pessoas com quem conversamos escolheram nos contar. Ao mesmo tempo,

Quase toda a velha guarda da Nintendo World reunida na Retrocon 2025 para a apresentação do Projeto Nintendistas.



não tem nada parecido com isso publicado no Brasil. Talvez o livro do Henrique Sampaio, Primeiro Contato, que fala sobre a história da computação no país e foi uma grande inspiração para o Nintendistas – inclusive, o Henrique foi entrevistado. Falta literatura e jornalismo desse nível no Brasil para falar sobre essas coisas que vão além do produto e do que a gente enxerga.

RGB: E como foi voltar a trabalhar com o Trivella, com o Fábio Santana e os outros colegas da época da NW?

Pablo: Várias das pessoas que escreveram no nintendistas

ou participaram de alguma forma são amigos pessoais com quem nunca perdi contato. Quando fiz a Rolling Stone, muitos escreveram reviews de games. Quando fui para o IGN, eu encontrava essas pessoas em eventos, ou cobria a E3 ao lado deles. Alguns até participaram do IGN de alguma forma. Então, não foi uma grande novidade continuar trabalhando com o Fabão, que é um cara com quem sempre estive em contato. Com o Trivella, por outro lado, trabalhei na época da Conrad. Depois, quando ele foi para a editora Europa, acabamos perdendo aquele contato diário de tanto tempo. E eu sempre senti que

devo muito a ele, por ele ter sido o cara que não só me acompanhou em toda minha trajetória, mas que me ajudou quando eu mais precisava. Foi ele quem me indicou para o Forastieri para eu virar fixo da NW e sempre estive comigo fazendo as revistas e cobrindo a E3. Então, ficou uma sensação ruim de que eu poderia ter feito mais por ele e não fiz. Quando surgiu o Nintendistas, eu pensei “talvez não tenha hora melhor para a gente se unir de novo”. A gente ficou anos sem se falar direito, e foi muito legal, porque ele também esperava esse momento, porque a gente era realmente parceiro, unha e carne.

RGB: Em uma entrevista antiga para a PUC TV você falou que “a faculdade parece muito maçante em um certo momento, mas você está aqui para um objetivo muito nobre que talvez na sua vida profissional você não consiga repetir diariamente que é aprender. Muitos empregos não permitem que você aprenda mais”. Profissionalmente, o que você aprendeu fazendo o livro?

Pablo: É engraçado, porque é justamente sobre isso que eu e o Trivella estamos escrevendo na newsletter dessa semana [risos]. Uma coisa que aprendi, e não tinha me dado conta, é que tive muito privilégio de fazer parte de uma história muito legal, e que todas as sortes que tive na vida giram em torno de escolhas felizes que fiz, mas também de golpes de sorte de ser o cara certo na hora certa. Tudo teve bons motivos para acontecer. Se trabalhei na Nintendo, foi porque um amigo meu me chamou. E esse amigo, o Edgard, era aficionado por games e trabalhou numa locadora, e justamente por isso teve a chance de ser demonstrador da Playtronic. Por conta disso, ele abriu portas por lá, o que acabou me abrindo uma oportunidade também. Mas o Edgard só tinha entrado de cabeça nos videogames por minha influência, porque foi eu quem

mostrou o Mega Drive para ele. Então, assim, era para ser, né? [risos]. O que aprendi é que a vida é muito rápida e as dinâmicas de hoje são tão superficiais que esquecemos de valorizar as coisas legais que temos a chance de experimentar. Eu sempre desmereci essa parte da minha carreira e percebi que seria impossível continuar a fazer isso: a cada dez pessoas que me encontram em eventos e se lembram de mim, nove foram leitores da NW.

É por isso que estou dando a oportunidade de trazer essa história de volta, graças à confiança das pessoas que eu atingi há 30 anos. Esse livro só existe porque as pessoas queriam que ele existisse. Não sei qual a expectativa que cada leitor tem, mas todo mundo terá um tipo de surpresa diferente. Poucas pessoas vão acertar em cheio sobre o que é o livro. Talvez a pessoa que mais esteja próxima disso seja você, porque tem o privilégio de ver e saber das coisas muito antes das pessoas “normais” [risos].

Basicamente, eu não sei o que as pessoas estão esperando, mas sei que elas confiaram em mim e no trabalho.

RGB: No começo, na época da campanha, vocês tinham falado de um documentário em vídeo. Ainda tem esse plano?

Pablo: O plano existe. Eu pensei que conseguiria tocar paralelamente, mas logo vi que não seria tão simples fazer uma pessoa conceder uma entrevista em vídeo. Exige toda uma produção, aparato técnico, montagem... e perderia muito da espontaneidade da conversa, que acabou sendo muito importante para o material que eu queria obter. Na verdade, até tentei filmar uma das primeiras entrevistas, mas foi tão trabalhoso, que concluí: “Se cada conversa depender disso, o livro nunca vai sair”. Não daria para fazer duas coisas ao mesmo tempo. Então desisti. O documentário vai acontecer um dia, porque tenho muito material de apoio, mas será outro produto. Ao mesmo tempo, a gente prometeu um trailer como uma das recompensas. Eu pretendo ainda entregar um teaser com cenas daquelas fitas que tenho da E3, para mostrar que existe essa intenção. Mas a história da Nintendo no Brasil já está contada no livro.

RGB: Quem não foi apoiador vai poder comprar o livro depois?

Pablo: Estamos fazendo uma tiragem levemente maior, porque eu prometi dar o livro a todo mundo que deu entrevista ou colaborou escrevendo. Pelo menos umas 150 cópias de exemplares já estão comprometidas, e a gente vendeu mais de dois mil livros. Vamos pegar essa sobra e venderemos de alguma maneira. Minha regra é só começar a comercializar depois que cada apoiador receber seu livro em casa. É algo justo a se fazer, e obviamente não vai ser o mesmo preço que foi cobrado dos apoiadores. Assim, vamos testar para ver se existe uma aceitação e a necessidade de uma tiragem maior. Mas a quantidade de pessoas que veio falar comigo com interesse em comprar já me deixou espantado. Existe também a pretensão de fazer uma versão menos premium do livro para vender mais barato. E existe meu sonho de lançar o livro em outros idiomas – uma versão enxuta focada só na história da Nintendo no Brasil.

RGB: Você tem escrito no jornal Valor Econômico. Você acha que isso é uma indicação de um momento

especial do mercado, ou é porque o jornal precisa falar um pouco sobre tudo?

Pablo: Acho que nesse caso específico é porque existe um editor que tem uma visão ampla e que entende que o assunto é importante e rende boas histórias. No caso do Valor Econômico, existe um suplemento que roda todas as sextas-feiras, o Eu&, que aborda todas as formas culturais. O editor tem essa visão ampla de que o leitor do jornal quer saber sobre todos os assuntos, pelo menos uma vez por semana. Minha última grande reportagem para eles foi sobre os altos preços dos videogames. Então, combinou exatamente sobre o tipo de tema que eles querem abordar. Eles querem falar sobre economia e sobre o mercado de videogames e tem um cara lá – eu, no caso –, que é especialista para escrever sobre isso.

RGB: E por que o Gaming Era não “conversa” mais com o Valor?

Pablo: Porque acho que o Valor é muito grande para olhar para o nosso site. É um nicho realmente pequeno. Então, hoje eu fico feliz e surpreso que justamente as reportagens mais legais sobre o assunto que eu mais

domino estejam num jornal de economia. E as matérias que saem no jornal, mesmo as que não são sobre os assuntos que eu gosto, eu costumo ler porque são bem escritas. São vários colaboradores que eu conheço, que estudaram comigo na faculdade. Então, estou feliz de ainda ter espaço para falar de videogames de um modo sério. E de certa forma, eu até comentei isso hoje numa reunião com o Marcelo [*Gimenes Vieira, jornalista*], essa minha experiência com o Valor Econômico me ajuda muito com o site The Gaming Era. Na verdade, foi isso que fez eu topiar virar sócio do Marcelo. Foi quando vi que existe assunto e interesse e que eu consigo contribuir com isso, porque agora aprendi a falar sobre grana e games.

RGB: Você é sócio do The Gaming Era, site focado no lado business do mercado de games. Como as pessoas podem ajudar esse projeto?

Pablo: Uma das maneiras é assinar o TGE Pro, que é uma contribuição mensal para conseguirmos simplesmente fazer nosso trabalho. Mas a gente sabe que não é isso que fará o negócio se tornar nossa principal fonte de renda. Estamos abrindo possibilidades para fazer



outras coisas que vão além do editorial. Uma delas é a criação de eventos customizados para marcas sobre assuntos pertinentes, para atender a plateias seletas e específicas. O primeiro já está no forno, e a ideia é termos mais produtos de prateleira para colocar no mercado. O negócio do The Gaming Era não é ser apenas um site com espaços para banners, porque sabemos que é difícil vender publicidade hoje em dia. Isso aqui [*aponta para a revista RGB*] que você

fez é um milagre, né? Mesmo que os valores cobrados sejam baixos, convencer alguém a pagar para fazer propaganda é muito difícil – se já era em 1991, que dirá hoje. A única maneira de conseguir dinheiro no mercado é fazendo coisas que hoje não existem. Também está em nosso radar a elaboração de relatórios para o mercado estrangeiro. Mais ou menos o que as agências de pesquisas fazem, mas de modo mais segmentado e com cara de inteligência de mercado – não apenas

escrevendo sobre o que está acontecendo, mas pensando a respeito. Também oferecemos abordagens editoriais customizadas dentro do site, como sessões específicas para falar de um certo assunto com o patrocínio de marcas. Estamos correndo atrás, mas notamos o quanto é difícil convencer o mercado a nos apoiar.

RGB: Agora para a gente finalizar, o que você anda jogando atualmente?

Pablo: O Nintendistas fez muito mal pra mim nesse sentido [*risos*]. Acabei de renovar a minha assinatura do Nintendo Switch Online, então vou dar uma olhada no que tem de novo por lá. Basicamente eu uso o serviço para jogar coisas velhas de Nintendinho e Game Boy que eu joguei pouco, como Zelda II, Metroid e Kid Icarus. Mas também sempre me pego jogando Dr. Mario por lá. Também costumo jogar Tetris no meu GBA SP. E após dez anos, continuo jogando Pokémon Go religiosamente. Mas se tiver de citar um que joguei bastante em 2025, esse foi o Blue Prince no PlayStation 5 - e foi na mídia física, com todo orgulho. ■■■

NEW GAMMER

De gamer para gamer, mídia física é cultura!
Aqui tem Jogos Especiais e Edições de Colecionador!

LIVE DE VENDAS
Toda TERÇA-FEIRA
A partir das 19h30

MOOCA PLAZA
R. Cap. Pacheco Chaves, 313, Piso L2
(11) 95578-6595

PÁTIO HIGIENÓPOLIS
Av. Higienópolis, 618, Piso Buenos Aires
(11) 99136-8583

JARDIM SUL
Av. Giovanni Gronchi, 5819, Térreo
(11) 97248-3405



@NewGammer



@NewGammerSP



A LOJA COMPLETA
PARA GAMERS DE
TODAS AS GERAÇÕES!

TOFO GAMES

LIVE TODA
QUARTA-FEIRA
ÀS 17:00 HRS

AO VIVO NA
TWITCH
A PARTIR DAS 17:00 HRS
@TofoGames10

f TofoGames10

y TofoGames10

k tofogames10

+55 11 97283-0335



FALE CONOSCO
VIA WHATSAPP!

ESCANEIE O QR CODE
E ENTRE EM CONTATO!



PRODUTOS
ORIGINAIS

QUALIDADE E
CONFIANÇA

ENVIO PARA
TODO O BRASIL

ATENDIMENTO
PERSONALIZADO

A PAIXÃO PELOS GAMES
MOVE A GENTE!

VENHA FAZER PARTE DA NOSSA COMUNIDADE DE RETRO GAMES!

RETRO GAMER BRASIL

RETROGAMER.BRASIL

RETROGAMER BRASIL



A PUBLISHER QUE APOSTOU NO PASSADO

BUG: BIG UNCLE GAMES

Conversamos com o Tiozão, dono da A Casa do Videogame, que nos revelou as novidades da sua publisher, a BUG: Big Uncle Games.



Texto por Alo Hawell



Entrevista por Galdius

Existe um momento em que uma loja deixa de ser só uma loja e vira um projeto de vida. A Casa do Videogame, em São Paulo, chegou nesse ponto faz tempo. Quem frequenta a cena retro brasileira conhece Elton Barrez, o Tiozão, como uma das figuras centrais desse

universo — um cara que construiu ao longo dos anos não só um comércio, mas um ponto de referência pra gerações de colecionadores, jogadores e curiosos. Em abril de 2025, ele foi além. Lançou a BUG, sigla de Big Uncle Games, uma publisher brasileira dedicada

exclusivamente a lançamentos físicos de jogos retro. É uma aposta corajosa, específica e, dependendo de como você olha, completamente louca. Ou completamente certa. O anúncio foi feito no dia 28 de abril de 2025, num evento em São Paulo, com presença de criadores de conteúdo, lojistas e figuras da cena retro nacional. O nome BUG não é acidente: “Big Uncle” é uma referência direta ao Tiozão, e o logo carrega essa energia informal, brincalhona, mas com intenção clara. A proposta foi apresentada junto com os primeiros cinco títulos do catálogo, e ficou evidente desde o início que não se tratava de um projeto de gaveta. Havia parceiros, arte e plano. A estrutura da BUG se apoia em três pilares que o Tiozão foi cuidadoso em deixar claros desde o lançamento. Primeiro, a mídia física como princípio, não como detalhe. Cada título sai em cartucho, com caixa e embalagem desenhada pelo quadrinista e ilustrador Walter Junior. As caixas têm até capas intercambiáveis — uma arte complementar em vermelho que convive com a arte principal sem tentar reproduzir fielmente o padrão antigo do Mega Drive. É uma identidade visual própria que respeita o contexto sem copiar a estética. Segundo, a localização. Em parceria com a Masamune, empresa especializada em tradução e adaptação de games para o português brasileiro, a BUG se comprometeu a localizar manuais, caixas e, sempre que possível, os próprios jogos. Num mercado onde lançamentos retro ocidentais raramente chegam em português, esse detalhe é significativo. Terceiro, o foco exclusivo no físico. Digital não entra na equação. A BUG existe para colocar produto na loja, na mão e na coleção. O catálogo inicial já revelava a ambição do projeto. O primeiro título anunciado foi Block'em Sock'em, um puzzle no estilo Bust a Move criado e protagonizado pelo YouTuber americano John Hancock, figura conhecida na cena retro internacional.



Block'em Sock'em e City Connection foram as primeiras apostas da BUG, ambas com capas alternadas em suas cores.

Um jogo novo, feito para um console de 1988, publicado por uma empresa brasileira em 2025, esse seria o tom. Em seguida vieram dois títulos em parceria com a Jaleco: City Connection, clássico do NES que ganhou um port para o hardware de 16 bits com melhorias visuais, e P-47 II MD, o mais intrigante do grupo. P-47 II é um shoot 'em up que foi desenvolvido para o Mega Drive nos anos 90, mas nunca chegou a ser lançado até 2025. Primeiro saiu lá fora, depois a BUG conseguiu a licença e trouxe para o Brasil. O quarto título anunciado no evento foi Pocket Bravery, jogo de luta brasileiro desenvolvido pela Statera Studio, originalmente lançado para plataformas modernas e que ganharia um port exclusivo para Mega Drive pela BUG, com lançamento previsto para 2026. Com o passar dos meses, o catálogo cresceu. Na Gamescom Latam de 2026, completando um ano de existência, a BUG já apresentava sete títulos lançados. Além dos já citados, o catálogo incorporou Stack 'n' Attract, True Galactic Mission, Jim Power: The Lost Dimention e Stone Protectors, um beat 'em up que, segundo relatos de quem jogou no evento, começa acessível e vai escalando a dificuldade de forma impiedosa. O tipo de jogo que parece fácil nas primeiras fases e te deixa sem vidas antes que você entenda o que aconteceu. A versão de Mega Drive do jogo Noturno saiu logo em seguida. Na Retrocon 2026, mais cinco jogos de Mega Drive foram lançados: Legend of Wukong, FX Unit Yuki: The Henshin Engine, Athos: Super Novinha, Eyra: The Crow Maiden e Handy Harvey. Além disso, foram lançados dois jogos para Master System (Noturno e Caravan) e dois para Dreamcast (Noturno e Metal Canary). Esse crescimento de quatro para quase vinte títulos em um ano é rápido para qualquer publisher, e absurdo se você considerar que estamos falando de jogos físicos para consoles retro. O modelo de negócio da BUG responde a uma necessidade real: itens retro originais



Artwork usada na capa de P-47 II MD na versão BUG. Em seguida as capas de Stack 'n' Attract, Jim Power: The Lost Dimention e Stone Protectors e a versão 16-bits de Pocket Bravery.

ficaram escassos e caros. A demanda de colecionadores cresceu, especialmente nos últimos anos, mas o mercado não acompanhou a oferta. A Tectoy, que por décadas foi a referência de Mega Drive no Brasil, nunca se ocupou dessa lacuna de forma satisfatória. O que restou foram repros importadas de qualidade variável e emulação.

A BUG entra como uma terceira via: produto brasileiro, com licença, com acabamento, em português. O próprio Tiozão deixou isso explícito numa entrevista durante a Gamescom: “Eu preciso manter esse mercado aquecido, eu quero continuar tendo essa loja por vários e vários anos.” Não é filantropia. É estratégia. A BUG alimenta a Casa do Videogame tanto quanto a Casa do Videogame alimenta a BUG. Há uma crítica legítima que acompanha qualquer publisher nesse espaço: a tiragem pequena limita o alcance. Cartuchos físicos novos de Mega Drive não são baratos de produzir, componentes eletrônicos precisam ser importados, principalmente da China, e o público que vai pagar o preço por um produto original e não por uma repro pirata é um nicho dentro de um nicho. Some a isso o fato inevitável de que qualquer ROM acaba sendo dumpada e distribuída gratuitamente na internet em questão de dias após o lançamento. O Tiozão sabe disso. O comprador que a BUG quer atingir também sabe. A questão

não é combater a emulação. É servir quem quer o objeto. Em um ano, a BUG construiu algo que vai além do catálogo. Ela criou uma identidade. Um estande com televisores de tubo e Mega Drives na Gamescom Latam, parando tanto a geração que cresceu com o console quanto jovens que nunca tinham visto um CRT. Isso não é produto. É experiência, é memória, é cultura. A aposta do Tiozão não é que o Mega Drive vai ressurgir como plataforma dominante. A aposta é que existe gente suficiente que quer segurar um cartucho com arte de Walter Junior, ler um manual em português e colocar aquilo na prateleira ao lado das peças originais. Por enquanto dezenove títulos, mas veremos o que o futuro reserva. Eu gosto da ideia e admiro a coragem deles.

Conseguimos uma entrevista com o Elton para ele contar mais sobre a BUG e seus planos futuros:

RGB: Antes de mais nada, como você define a BUG? Qual o objetivo da empresa?

Tiozão: A BUG é uma aventura meio maluca. Sabemos que para ter retorno financeiro vai um tempo longo, a não ser que algum dos jogos superem em muitas nossas expectativas. É uma aventura que parte de um sonho e uma visão de lacuna deixada em aberto pelo mercado. Não queremos ser uma Limited Run, nem temos pretensão de ser uma Tectoy, estamos tentando manter o mercado vivo e aquecido. Deixando nossa marca já está de bom tamanho.

RGB: No convite enviado para o anúncio da empresa lá em abril de 2025, quem convidava era a A Casa do Videogame, mas as empresas são independentes. Como é tocar uma Publisher tendo uma loja de videogame? Há um conflito de interesse com outras lojas?

Tiozão: A Casa é nosso cartão de visita sempre, mas a BUG vem para ter seu espaço e conquistar lugar no mercado. O conceito inicial de que é uma empresa aventureira existe e lidamos com isso todos os dias. Hoje somos pequenos, mas estamos em plantio e um dia viraremos para colheita. Pensando nisso não posso deixar o conflito existir. As condições que a Casa compra da BUG para revender é a mesma que os outros lojistas terão.

RGB: Como foi a recepção que você recebeu da comunidade retro quando anunciou a BUG? Sabemos que há pessoas que criticam o personagem “Tiozão”, mas você crê que isso tenha afetado a BUG ou as pessoas enxergam uma separação entre ambos?

Tiozão: Não tem como um não atrapalhar o outro, mas assim como as pessoas que criticam o “tiozão”, muitas vezes não

o conhecem, acontece com a BUG. Hoje eu digo que a Casa está longe de ser o vendedor mais caro do mercado e a BUG parte desse princípio. Vai ter muita gente que não gosta, mas vai ter uma galera apoiando e torcendo a favor.

RGB: Nesta mesma linha, depois de um ano de atividades, imaginamos que já conseguiu aprender muita coisa sobre como lançar um jogo. Qual foi o maior aprendizado?

Tiozão: É incrível como as coisas não saem como planejamos ou como as datas se perdem facilmente. O Brasil é campeão de atraso em tudo, e muitas vezes, os produtos ficam parados por detalhes pequenos e você vai perdendo dias e dias. Isso é cruel. Por esse motivo, hoje evitamos dar datas fixas de lançamentos.

RGB: Com mais de um ano de mercado, as negociações com empresas estrangeiras ficaram mais fácil? A BUG já conseguiu fazer um nome internacionalmente?

Tiozão: Internacional é bem difícil, pois ainda não abrimos vendas para fora do Brasil, que deve ocorrer até o fim desse ano. Com isso começaremos a ganhar projeção, mas digamos que algumas empresas que

abordamos, já deram um “ok” mais fácil depois de mostrarmos que temos mais de 10 títulos lançados.

RGB: A BUG esteve presente na Gamescom Latam deste ano com um estande impressionante. Você já esteve em outras edições da Gamescom Latam representando a Retrocon, mas qual foi a experiência de estar agora pela BUG?

Tiozão: Estivemos ano passado com os arcades da Casa do Videogame e fizemos uma parceria de divulgação que foi muito boa para gente.

Mas esse ano superou qualquer coisa que tivéssemos imaginado. Fomos muito bem recepcionados, o público que nos visitou gostou muito e isso foi extremamente satisfatório.



RGB: Os primeiros jogos lançados foram todos para o Mega Drive. Produzir para outros consoles, especialmente o Super Nintendo, é mais difícil?

Tiozão: Não entendo da área de programação, mas a galera faz para o Mega, pois creio que as ferramentas para tal são mais fáceis de se criar, se eu estiver errado, podem me corrigir. De todo modo, já está em nossos projetos de 2027 jogos de NES e SNES.

RGB: Como que você decide quais serão os próximos jogos a serem lançados?

Tiozão: É uma parte chata e legal ao mesmo tempo. Primeiro vamos atrás de jogos clássicos que tem licenças disponíveis. É um absurdo você ver o quanto de jogo tem licença presa ou impedida de produzir. Além disso, estou sempre falando com alguns desenvolvedores que já vão nos indicar outros e assim vai. Nessa brincadeira de indicação, estamos revivendo para lançar até a Retrocon quatro jogos que foram produzidos, esquecidos e passarão a ter mídia física pela BUG. Os desenvolvedores estavam com esses jogos parados, então isso é bem legal de se fazer.



Noturno, um projeto desenvolvido por brasileiros e agora lançado pela BUG em duas versões; Master System e Dreamcast.





Metal Canary, projeto brasileiro do Nai Adventure e lançado pela BUG.



Tiozão: Temos um projeto de finalizar o ano com 20 jogos no catálogo. Alguns dependem só de licenças e outros de produção. Temos três jogos que já estamos de certa forma apoiando o final do desenvolvimento para virarem realidade. Temos alguns jogos que vimos a chance de lançar pra Dreamcast e isso abriu uma porta que não esperávamos. Existe aí uma biblioteca linda a ser explorada no console. Já temos 2 jogos de Dreamcast e com previsão de 8 até o fim do ano, mas como dar datas é algo complexo, vamos apenas sonhar [risos].

RGB: Para finalizar; Querendo ou não, tanto A Casa do Videogame como agora a BUG, ajudam na criação do personagem “Tiozão”. Como o Elton lida com essa fama de virar referência em jogos retro, junto com o Gilão da Mr. Games e o Cléber da Warpzone?

Tiozão: O Elton é separado de tudo. Consigo separar o Elton do Tiozão tranquilamente. O Tiozão é um cara mais agressivo para os negócios, muitas vezes eu não faria o que ele faz [risos]. Mas, quando o Elton entra pela porta da Casa do Videogame, o foco é a empresa, seja a loja ou a BUG. Naquele momento, o Elton deixa de existir. O Tiozão pensa apenas na empresa e nos planos que tem. Esse lance do sucesso, ainda mais ao lado dessas pessoas que citou, não é algo que me preocupa ou aflige, apenas acontece. Fico feliz de ter essas caras comigo, já valeu a pena. ■■■

RGB: Entre os que já saíram e os que já anunciou para lançamento futuro, tem algum que você não imaginava que conseguiria a licença e se surpreendeu quando deu certo?

Tiozão: O P-47 sem dúvida. Eu não existia, a BUG foi criada praticamente depois do “sim” da Jaleco. Naquele momento eu acreditei que poderia fazer algo diferente no cenário gamer.

RGB: 2025 foi marcado pelo lançamento da empresa e dos primeiros jogos. Já em 2026 o ritmo dos lançamentos tem aumentado. Quais os planos para o resto deste ano?



RONIRVI GAMES

DE GAMER PARA GAMER

11 95945 6484

@RONIRVIGAMES

RUA DOS BURITIS, 54 - LOJA 23 / LOJA 07
JABAQUARA, SÃO PAULO - SP



MASTER RETRO GAMES

GAMES PRENSADOS INDUSTRIALMENTE

Clássicos e coleções exclusivas, feitas de fã para fã!

MÍDIAS PRATA E PRETA!

Também apoiamos desenvolvedores independentes na criação de edições físicas exclusivas, transformando sonhos em coleções memoráveis.

CONTOS DA TERRA MÉDIA EM TLOTR: ARAGORN'S QUEST

Na pele de Aragorn, o Rei dos Homens de Arnor e Gondor, você atravessará uma "aventura média" na versão limitada de PS2.

PLAYSTATION 2 - AÇÃO - WARNER BROS

Existe um tipo muito específico de coragem que só quem cresceu com PS2 conhece. Não é a coragem de enfrentar dragões ou salvar reinos, é a coragem de pegar um jogo baseado em filme na prateleira da locadora, acreditar na capa colorida com aquela fonte épica do Senhor dos Anéis, levar pra casa e descobrir, depois de meia hora jogando, que você foi enganado pela arte gráfica de um guerreiro que parece mais brinquedo do que rei. The Lord of the Rings: Aragorn's Quest, lançado em setembro de 2010 para PlayStation 2 (entre outras plataformas), é exatamente esse tipo de jogo, e ao mesmo tempo, paradoxalmente, um título que tem coisas genuínas a oferecer para quem souber o que está comprando. Antes de falar

do PS2 especificamente, vale entender o contexto em que esse jogo nasceu, porque a história por trás dele é quase tão dramática quanto a Batalha do Abismo de Helm. A Warner Bros. acabara de assumir os direitos dos jogos do Senhor dos Anéis, tirando-os da Electronic Arts, que havia dominado o mercado no início dos anos 2000 com títulos como The Two Towers e Return of the King, jogos que, convenhamos, eram muito divertidos para a época e tinham aquela pegada sombria e intensa das trilologias do Peter Jackson. A Warner queria fazer diferente. Queria alcançar crianças e famílias. Queria algo colorido, acessível, sem aquela violência gráfica de orcs explodindo sangue pixelado. O resultado foi Aragorn's Quest: um jogo infantil com a embalagem de uma das franquias épicas mais importantes da história do entretenimento. A premissa narrativa, diga-se de passagem, é bem charmosa. O jogo se passa quinze anos depois dos eventos da trilogia. Samwise Gamgee, agora prefeito do Shire, aguarda a chegada do Rei Aragorn para uma grande celebração. Enquanto isso, os filhos do Sam ficam morrendo de curiosidade sobre quem é esse tal homem que salvou a Terra Média, e o bom do Sam se senta e começa a contar histórias. Essas histórias, narradas por ele com aquele carinho de hobbit apaixonado pelo seu melhor amigo, formam todo o gameplay. Você joga como Aragorn revivendo as batalhas mais icônicas da trilogia, vistas pela ótica sentimental e um pouco exagerada de Samwise. É uma moldura narrativa que funciona bem, que suaviza qualquer incoerência de roteiro e ainda justifica o tom mais leve do jogo inteiro.



Só que aqui começa a primeira grande diferença entre o PS2 e as versões mais robustas do mesmo jogo. No Wii e no PS3, o Shire funciona como um hub world completo, onde você controla o filho do Sam, explora a cidade, faz missões paralelas e mergulha nessa atmosfera pré-festa antes de entrar nos flashbacks de Aragorn. No PS2? Nada disso. A câmera muda de perspectiva, enquanto Wii e PS3 têm visão em terceira pessoa atrás do personagem, o PS2 usa uma câmera isométrica, aquela vista de cima e diagonal que lembra os jogos de dungeon do final dos anos 90. É uma escolha de design que não é necessariamente ruim, mas que muda completamente a sensação do jogo. Você perde aquela imersão de estar dentro de Rohan ou de Minas Tirith; você ganha, em



troca, uma visão estratégica dos campos de batalha que, em certos momentos, até ajuda a entender a escala dos confrontos. O combate no PS2 é direto ao ponto, às vezes direto demais. Você tem espada, escudo, arco e lança, pode montar a cavalo em algumas fases, e vai cortando orcs, trolls e servos de Sauron com uma repetitividade impressionante. O jogo foi classificado como E10+ nos Estados Unidos, enquanto as versões de Wii e PS3 ganharam uma classificação T (para adolescentes), o que já diz muito sobre o nível de profundidade esperado. Os inimigos caem, não há sangue, eles somem da tela, e você avança. Não existe a tensão de The Two Towers da EA, onde cada chefe era um evento. Aqui você massacra legiões de servos de Sauron com a mesma energia de quem está cortando capim. Mas vamos falar das versões mais bem avaliadas para entender o que o PS2 perdeu e o que, surpreendentemente, não perdeu.



O Wii foi a versão original, desenvolvida pela Headstrong Games, e é onde a experiência foi pensada do zero. Os controles de movimento do Wii Remote transformaram o jogo em algo mais físico, você balança o controle para dar golpes, usa o analógico do Nunchuk para bloquear com o escudo, e a sensação de participar de uma batalha épica fica bem mais presente, mesmo que os gráficos sejam claramente de hardware inferior ao PS3. A Nintendo Life comparou o estilo do combate com The Legend of Zelda: Twilight Princess, e a comparação faz sentido, pouco sentido, mas faz... Há uma leveza e uma fluidez nos controles do Wii que funciona especialmente bem com crianças. O PS3 veio depois, desenvolvido pela TT Fusion como um port da versão Wii, e aqui as coisas ficam interessantes. A IGN deu 6 de 10 para essa versão, chamando-a de 'port apressado de um jogo feito para hardware significativamente mais fraco'. O PS3 tinha mais dublagem, os personagens secundários falavam todo o diálogo em voz, algo que o Wii não fazia. Tinha texturas ligeiramente melhores, utilizava o sistema de animação

EmotionFX 3, e suportava o PlayStation Move, embora quem testou os controles de movimento no PS3 tenha concordado que eram inferiores aos do Wii. O co-op para dois jogadores, onde o segundo player assumia o controle de Gandalf, estava presente no Wii e no PS3, mas completamente ausente no PS2. Isso é uma perda considerável, porque jogar junto com alguém é exatamente o tipo de experiência que esse jogo familiar tentava promover.

O PS2, portanto, ficou com a versão mais enxuta de todas. Sem hub world do Shire, sem co-op, com câmera isométrica e classificação mais infantil. É uma versão que existiu porque a TT Fusion tinha que entregar um produto para um hardware que ainda tinha presença relevante no mercado em 2010, especialmente em países onde o PS3 era caro demais para a maioria das famílias, o que inclui boa parte da América Latina, diga-se de passagem. E nesse contexto específico, o jogo tem uma função completamente diferente. Ele não competia com God of War ou Shadow of the Colossus na estante de um adulto.





Há também algo de interessante na escolha da câmera isométrica para o PS2 que merece uma análise mais generosa. Essa perspectiva tem raízes profundas nos jogos de ação e aventura, Diablo, Baldur's Gate, os primeiros Fallout. Ela permite que você veja mais inimigos ao mesmo tempo, que tenha uma noção espacial mais ampla do campo de batalha, e que o jogo seja menos exigente tecnicamente sem parecer completamente desatualizado. Em batalhas com muitos inimigos na tela, como as que acontecem em Minas Tirith ou nos campos de Pelennor, a câmera de cima ajuda a criar aquela sensação de escala que a perspectiva em terceira pessoa do PS3 às vezes perdia no meio de tantos efeitos de partícula medíocres. É uma compensação honesta, mas é uma compensação. O que o jogo faz bem em todas as versões, e isso vale para o PS2 também, é capturar a atmosfera visual da Terra Média de Peter Jackson. Os cenários têm

aquela paleta de cores reconhecível, desde o verde exuberante do Shire até o cinza pesado de Moria e o dourado épico de Rivendell. O áudio, derivado das composições de Howard Shore para os filmes, encaixa perfeitamente em todos os momentos. E a estrutura de contar a história pelo ponto de vista do Sam é genuinamente afetiva, há algo muito bonito em revisitar as batalhas de Aragorn através da memória emocionada de seu amigo hobbit, que provavelmente exagera nos detalhes heróicos e atenua os momentos de dúvida. É o tipo de narrativa que funciona para crianças e que os adultos conseguem apreciar em camadas diferentes. Se você pegar esse jogo hoje em dia, e ele ainda circula nas atuais lojas de retro do youtube por preços normais, mesmo sendo difícil de achar... a experiência vai depender muito do que você está buscando. Se você quer um action-RPG denso com progressão elaborada, sistemas de combate

ricos e desafio real, você vai se decepcionar independentemente de qual versão você jogar, mas especialmente no PS2. Se você quer passar duas ou três horas revisitando locais icônicos da Terra Média em modo completamente descompromissado, com a sensação nostálgica de um jogo de geração anterior, o PS2 entrega exatamente isso. No GameFAQs disse uma duração média de cerca de dezenove horas para completar o jogo, o que é razoável, e a dificuldade é acessível, você pode mudar o nível de dificuldade a qualquer momento durante a partida. A comparação entre todas as versões deixa claro que o Wii levou a melhor em termos de intenção realizada: foi para lá que o jogo foi projetado, e a imersão dos controles de movimento com o conteúdo familiar e acessível criou a experiência mais coesa. O PS3 chegou depois com ambições maiores mas execução apressada, sofrendo da síndrome clássica do port que não foi otimizado para o hardware de destino. O DS e o PSP tiveram versões ainda mais compactas, espremendo a proposta em telas menores com ainda menos recursos, mas nessas eu nem botei a mão. E o PS2 ficou em um lugar estranho de meio-termo: mais poderoso que os portáteis, mais acessível que o PS3, mais disponível globalmente que o Wii, mas carregando todas as limitações de uma plataforma que já estava acabando quando o jogo foi lançado. O que torna Aragorn's Quest no PS2 interessante como objeto cultural, mais do que como jogo propriamente dito, é o que ele representa: uma transição de era. Era o tipo de título que existia na fronteira entre gerações de console, fabricado para um público que não tinha ainda migrado para o PS3 e que provavelmente nunca iria, fabricado por uma publisher que estava encontrando seus pés numa licença recém-adquirida, fabricado para crianças que iam ao cinema ver a versão animada do Hobbit e voltar para



casa querendo ser o Aragorn. Ele tem as imperfeições de quem tenta ser muitas coisas ao mesmo tempo e acaba sendo cada uma delas de forma incompleta. Mas tem também a honestidade de um jogo que sabe o que é e não tenta fingir ser outra coisa, um produto familiar, acessível, baseado numa franquia amada, feito para durar uma tarde de sábado e criar uma memória afetiva que vai durar bem mais do que isso, ainda mais sabendo que paguei 3 por 10 na época.



Análise de Alohawell

GRÁFICOS	4	NOTA FINAL 7
SOM	6	
JOGABILIDADE	10	
DIVERSÃO	7	



A MISTURA DE FILME COM JOGO

JET LI: RISE TO HONOR

Muita pancadaria e ação com um dos maiores astros chinês da indústria cinematográfica americana

PS2 - AÇÃO - ELETRONIC ARTS



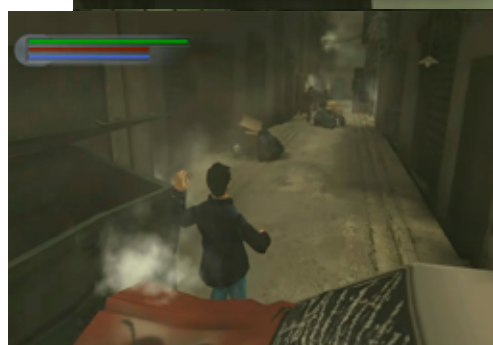
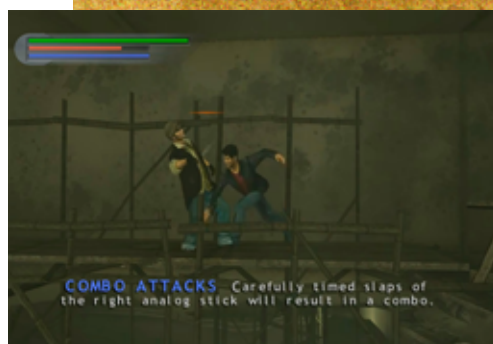
Em 2004, a Sony fez uma coisa que ninguém esperava, que ninguém pediu, e que resultou em algo que até hoje gera debates acalorados entre aqueles que tiveram o prazer ou o desprazer, dependendo de quem você pergunta, de jogar: ela pegou Jet Li, um dos maiores nomes do cinema de artes marciais de todos os tempos, colocou ele na frente de câmeras de motion capture, chamou o coreógrafo Corey Yuen para criar sequências de luta que seriam impossíveis de filmar em set de cinema, e construiu um jogo de PS2 exclusivo chamado Rise to Honor. Não é um jogo de luta. Não é um RPG. É basicamente um filme interativo de ação policial ao estilo Hong Kong que às vezes lembra que você está segurando um controle.

A história começa em Hong Kong com Kit Yun, um policial disfarçado interpretado e dublado pelo próprio Jet Li, que trabalha como guarda-costas do chefe do crime Chiang, amigo antigo do pai falecido de Kit. O que parecia uma missão de rotina vira um caos quando Chiang decide abandonar a vida criminosa, despertando a ira de Kwan, um de seus associados, e acabando assassinado por um atirador misterioso antes mesmo de conseguir sair.

Kit fica com um envelope endereçado à filha afastada de Chiang, que mora em San Francisco, e a partir daí a missão é simples: entregar o envelope. O problema é que aparentemente todo mundo em Hong Kong e São Francisco quer esse envelope também, o que exige que Kit enfrente dezenas, centenas, talvez milhares de capangas ao longo de mais de sessenta cenas divididas com uma estrutura que imita literalmente um DVD, você vê um menu de seleção de capítulos, igual ao que você usava para navegar nos seus filmes preferidos.

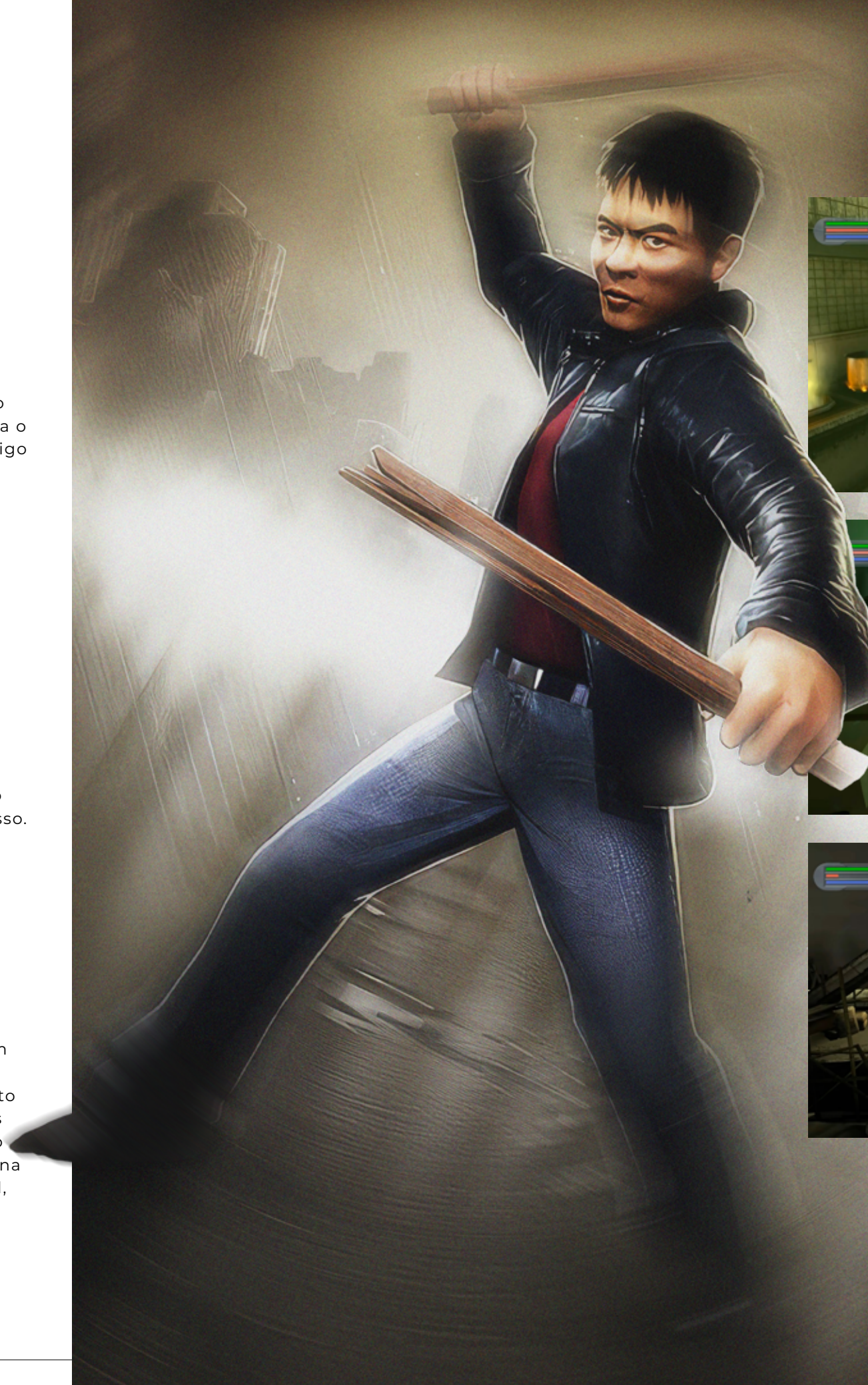
Essa escolha de apresentação não é acidental e merece mais crédito do que normalmente recebe. A Sony queria que Rise to Honor parecesse um filme de ação de Hong Kong, e ela foi muito a fundo nisso. O jogo não tem tela de carregamento entre as cenas, tudo flui de uma sequência para a outra sem interrupção, criando aquela sensação de continuidade cinematográfica que a maioria dos jogos da época simplesmente não tinha. A câmera se move com intenção dramática. As cutscenes são genuinamente bem produzidas, com aquela linguagem visual dos filmes do John Woo, planos lentos, protagonista no centro do caos, inimigos voando para todos os lados. Se você assistia muito a Jet Li nos anos 2000 e colocava esse disco no PS2, os primeiros minutos eram uma das melhores experiências que o videogame tinha a oferecer em termos de imersão cinematográfica.

E então você começa a jogar de verdade. O sistema de combate é onde Rise to Honor faz a sua grande aposta inovadora e, ao mesmo tempo, onde ele tropeça de forma mais visível. Esqueça os botões de ataque tradicionais.



Aqui, você usa o analógico direito para socar e chutar — você inclina o analógico na direção de um inimigo e Kit desfere um golpe. Encadeie movimentos em sequência e você cria combos automáticos, com o jogo escolhendo para você qual combinação de socos e chutes fica mais bonita dado o seu posicionamento em relação aos inimigos. A ideia era criar combate fluido que se parecesse com coreografia de filme, e nos momentos em que funciona, é espetacular, Kit roda, chuta dois inimigos ao mesmo tempo, quica na parede e desce o cotovelo num terceiro, e você fica olhando achando que foi você quem fez isso. Só que não foi você. Você apenas inclinou um analógico.

Essa é a tensão central do jogo: ele quer parecer um filme, e para isso frequentemente retira o controle das suas mãos. As melhores cenas de ação, helicópteros sendo derrubados, perseguições, sequências de tiroteio espetaculares, acontecem nas cutscenes, enquanto você assiste sentado. Tem um momento no jogo em que Kit encontra dois Uzis e derruba um helicóptero do céu de São Francisco, e é uma cena empolgante, visualmente incrível,



que faz você querer bater palma. Só que você não jogou essa parte. Você apenas assistiu. E depois de assistir, você volta a inclinar o analógico contra mais uma leva de capangas idênticos num corredor.

A variedade de gameplay tenta quebrar essa monotonia com três modalidades principais: combate corpo a corpo, que domina uns setenta e cinco por cento do tempo; tiroteios, onde Kit empunha pistolas e você usa o analógico para mirar; e missões de stealth, que são as mais fracas do conjunto, chatas pra cacete, e parecem um bônus indesejado que ficou no jogo porque alguém achou que precisava ter diversidade. O combate corpo a corpo tem seus méritos, você pode usar o ambiente como arma, atirar cadeiras em inimigos, empurrar alguém contra uma placa de néon, usar uma frigideira como instrumento de persuasão, e essas interações com o cenário dão uma sensação de inventividade que o sistema de ataque sozinho não entrega. O ambiente é participativo de uma forma que era relativamente rara em 2004.

O motion capture do Jet Li é genuinamente impressionante e precisa ser reconhecido como tal. Corey Yuen, que coreografou filmes como O guarda costas em ação e a saga de um herói, trabalhou diretamente no jogo



e aproveitou algo que ele mesmo comentou em entrevistas: o motion capture permite criar sequências que seriam fisicamente impossíveis de realizar em set de filmagem real, porque as leis da física existem. O resultado é que Kit Yun se move no jogo como um ser humano sobrenatural, com a fluidez e a precisão de Jet Li, mas com a amplitude impossível de um personagem de animação. Há uma elegância nos movimentos que nenhum outro jogo de artes marciais da época conseguia replicar, porque nenhum outro jogo de artes marciais

da época tinha o Jet Li real fazendo motion capture. O problema é que essa elegância fica diluída pela repetição. Rise to Honor tem mais de sessenta capítulos, o que no papel parece bastante conteúdo, mas na prática você vai terminar o jogo em alguma coisa entre seis e oito horas porque cada capítulo é curto e a progressão é linear sem muita fricção. A variedade de inimigos é limitada, você verá os mesmos modelos de capangas com paletas de cores diferentes repetidamente, o que é

especialmente visível nos capítulos de São Francisco, onde parece que a mesma pessoa decidiu se vestir de maneiras ligeiramente diferentes para atacar você várias vezes. Os chefes têm uma tendência frustrante de usar golpes baratos nos estágios finais, e a dificuldade muda de forma abrupta.

Em jogos como Tekken ou Soul Calibur, quando você executa uma sequência difícil de golpes, há uma conquista técnica envolvida. Em Rise to Honor, os combos mais impressionantes são meio automáticos, o que significa que você se sente menos como um artista marcial e mais como um espectador ativo, alguém que empurra o carro na direção certa mas não está exatamente dirigindo. E ainda assim, e esse é o ponto que separa Rise to Honor de um simples jogo ruim, tem algo que ele faz que pouquíssimos títulos de PS2 conseguiram fazer: ele cria atmosfera. A Hong Kong do jogo é uma versão estilizada e iluminada de uma cidade que Jet Li habitou em inúmeros filmes, e jogar por aquelas ruas e docas e boates tem o sabor afetivo de revisitar um universo visual que você conhecia da tela do cinema. A trilha sonora funciona. A atuação de voz, tanto em inglês quanto em cantonês, sim, o jogo oferece as duas opções,





é surpreendentemente sólida para um jogo do período. E há momentos específicos em que o combate age de um jeito que faz você entender exatamente o que a Sony estava tentando criar: você está rodeado de inimigos, vira o analógico num arco de cento e oitenta graus, e Kit gira num chute giratório que derruba todo mundo ao seu redor ao mesmo tempo, e por uns dois segundos você sente que está no centro de uma cena de cinema de Hong Kong. Rise to Honor foi o único jogo desenvolvido inteiramente no estúdio principal da Sony Computer Entertainment America em Foster City, um fato curioso que diz muito sobre o nível de ambição e de investimento que a Sony colocou nele. Não era um título terceirizado ou um produto apressado por uma publisher querendo capitalizar em cima de um nome famoso. Era um projeto de dentro da casa, com recursos da própria Sony, com a participação direta de Jet Li e Corey Yuen, projetado para ser a demonstração definitiva de que um jogo podia ser tão emocionante quanto um filme de ação. O fato de que ele chegou perto disso em vários momentos, mas não conseguiu sustentar essa



promessa por toda a sua duração, diz mais sobre a dificuldade de integrar linguagem cinematográfica e mecânicas de jogo do que sobre falta de esforço ou talento. Se você tiver uma tarde livre, um PS2 funcionando, e uma certa tolerância para jogos que terminam antes de você querer que eles terminem, Rise to Honor ainda vale o seu tempo em 2026. Não porque ele seja um jogo tecnicamente exemplar, mas porque ele é um artefato único, a única vez que Jet Li se comprometeu completamente com um videogame, do motion capture ao trabalho de voz, e o resultado é algo que não existe em nenhuma outra plataforma, em nenhuma



outra forma, em nenhum outro momento da história do PS2. Um pirata ou então um opl funcionando, seis a oito horas de cinema interativo ao estilo Hong Kong com o próprio Jet Li fazendo os movimentos, te falo que vale pela nostalgia.



Análise de Alo Hawell

GRÁFICOS	4	NOTA FINAL 7
SOM	6	
JOGABILIDADE	10	
DIVERSÃO	7	



NINTENDO WORLD

Número 01 - Setembro de 1998
 Editora Conrad

A Revista Nintendo World foi uma surpresa incrivelmente grata em uma época em que os leitores estavam carentes de revistas especializadas. Naquela época a guerra dos consoles não estava restrito somente entre Sega e Nintendo; a Sony já estava consolidado na indústria de games e, do outro lado, também tínhamos o PC com games exclusivos e diferenciados. Firmando parceria com a Gradiente, representante da Nintendo no Brasil, a revista foi elaborada pela incrível equipe: André Forastieri (editor-chefe; o mentor da ideia); Marcelo Del Greco e Ricardo Matsumoto (editores-assistentes); Rogério Motoda e Pablo

Miyazawa (redatores); José Carlos Assumpção e Eurico Sakamoto (arte); Eduardo Trivella (editor-contribuinte). O sucesso foi imediato, inclusive com quem não era nintendista, tamanha qualidade do editorial. Nesta primeira edição contou com uma super análise de Banjo-Kazooie de 10 páginas, uma entrevista exclusiva com o mestre Shigeru Miyamoto, e uma timeline de toda a trajetória da Nintendo. A edição de estreia da Nintendo World também contou com uma matéria detalhada sobre o novo acessório inusitado do Game Boy; o Game Boy Camera.

As melhores marcas e os mais variados produtos você encontra aqui!

Loja

BitZZ

www.bitzz.com.br



EverDrive Krikzz



Controles



Jogos Evercade



Portáteis



Acessórios

Acesse nossa loja virtual ou redes sociais!



www.bitzz.com.br



[instagram.com/lojabitzz](https://www.instagram.com/lojabitzz)

