

FRONTEIRAS IMATERIAIS: SOFT POWER, MERCADO CULTURAL E O CASO HOYOVERSE

Vinicius Fidelis Xavier¹

RESUMO: Este artigo analisa a projeção do soft power chinês por meio da indústria de videogames, tendo a HoYoverse como estudo de caso para investigar a intersecção entre atração cultural, estratégias corporativas e arranjos estatais. A partir de uma abordagem qualitativa e interdisciplinar — que combina revisão bibliográfica, análise documental (incluindo materiais institucionais de 2011–2024) e exame de fontes jornalísticas setoriais —, o trabalho articula conceitos de *soft power* (Nye), securitização (Escola de Copenhague), dominação estrutural e teoria da dependência (Galtung; leituras marxistas) e estudos visuais (Stahl; Said). Identificam-se tensões entre legitimação discursiva e mecanismos econômicos (modelos gacha, microtransações), bem como riscos de apropriação cultural e consolidação de narrativas hegemônicas. Propõe-se a adoção de medidas de manutenção cultural política — auditorias de representatividade, transparência em monetização, padrões de localização, cooperação regulatória internacional e políticas de incentivo à diversidade produtiva — para mitigar dependências e proteger a pluralidade cultural no mercado global de videogames. O estudo aponta lacunas empíricas e sugere agenda de pesquisa futura sobre vínculos Estado-empresa e recepções periféricas.

Palavras-chave: Soft power. HoYoverse. Securitização. Dominação cultural. Videogames.

ABSTRACT: This article examines Chinese soft power projection through the video game industry, using HoYoverse as a case study to explore the intersection of cultural attraction, corporate strategies, and state arrangements. Employing a qualitative, interdisciplinary approach — combining literature review, documentary analysis (including institutional materials from 2011–2024) and sectoral journalistic sources — the study connects concepts of soft power (Nye), securitization (Copenhagen School), structural domination and dependency theory (Galtung; Marxist readings), and visual studies (Stahl; Said). Tensions are identified between discursive legitimation and economic mechanisms (gacha models, microtransactions), as well as risks of cultural appropriation and the consolidation of hegemonic narratives. The paper proposes cultural-policy maintenance measures — representativeness audits, monetization transparency, localization standards, international regulatory cooperation, and diversity-supporting policies — to mitigate dependencies and safeguard cultural plurality in the global games market. It highlights empirical gaps and outlines a research agenda on state-corporate links and peripheral audience reception.

Keywords: Soft power. HoYoverse. Securitization. Cultural domination. Video games.

¹Graduando de Relações Internacionais pela Universidade Federal do Tocantins, UFT. pesquisador CNPQ, ciclo 2025/2026 com o tema Tocantins nos Circuitos Globais: Desafios e Perspectivas da Transição Tecnológica no Agronegócio – Estudo de Caso da Agrotins. Atuante do grupo de estudos GEGAL (Grupo de estudos Globais da América Latina), e integrante do NEAB (Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros).

INTRODUÇÃO

A crescente internacionalização da indústria de videogames transformou empresas privadas em atores centrais da projeção cultural e econômica contemporânea. Este artigo investiga como a HoYoverse, empresa chinesa responsável por títulos globais como *Genshin Impact*, articula estratégias corporativas que combinam engajamento cultural, inovação tecnológica e modelos de monetização para projetar influência transnacional (HOYOVERSE, 2011–2024; ADRENALINE, 2024). Parte-se da hipótese de que tais práticas não são apenas comerciais, mas também constituem formas de poder simbólico que podem ser analisadas à luz da securitização e da dominação cultural-econômica. A pesquisa busca, portanto, compreender em que medida essas estratégias reproduzem assimetrias entre centro e periferia no mercado global de jogos (SAPAROVA, 2024; JOGOS MOBILE BR, 2023).

Para fundamentar a análise, articulam-se três eixos teóricos: a perspectiva da securitização (escola de Copenhague, representada por Buzan e Wæver) para examinar discursos e práticas que transformam cultura em questão de segurança; a teoria da dominação cultural e imperialismo estrutural (Johan Galtung) para mapear mecanismos de poder simbólico; e a teoria da dependência de matriz marxista, conforme retomada por autores contemporâneos como Amir Samin, para analisar fluxos econômicos e relações de subordinação entre mercados (DUARTE, 2012; SAMIN, 2018). Complementa-se essa articulação com contribuições de estudos culturais sobre representação e apropriação (Roger Stahl) para avaliar como produtos lúdicos naturalizam narrativas e estereótipos. Essa combinação teórica permite conectar discurso, prática corporativa e efeitos estruturais, sem reduzir a análise a uma explicação monocausal.

O contexto empírico focaliza controvérsias recentes — por exemplo, a recepção da região Natlan e da personagem Mulani em *Genshin Impact* — como pontos de observação para tensões entre estratégia de mercado e demandas por representatividade (MMORPG BR, 2024). A metodologia adotada será qualitativa e mista: análise de discurso de comunicados institucionais e materiais promocionais; análise de conteúdo visual e textual dos jogos; e levantamento documental sobre receitas, modelos de monetização e cobertura midiática (TECHTUDO, 2019–2024; CANALTECH, 2024). Ao final, o estudo pretende oferecer recomendações de políticas culturais e práticas empresariais que mitiguem riscos de apropriação, whitewashing e dependência econômica, contribuindo para um marco regulatório que equilibre inovação e responsabilidade social (SUPPO, 2011).

O que é a HoYoverse?

A HoYoverse, antiga miHoYo, consolidou-se rapidamente como uma potência transnacional no mercado de videogames, mas essa ascensão exige leitura crítica além do brilho mercadológico. O rebranding e a internacionalização — com sede em Xangai e presença global ampliada — não foram apenas movimentos corporativos de imagem; funcionaram como estratégias para posicionar a empresa como um exportador de cultura e um ator capaz de moldar preferências e práticas de consumo em escala planetária (HOYOVERSE, 2011–2024; TECHTUDO, 2019–2024). Ao tratar a expansão como sucesso técnico e cultural, corre-se o risco de naturalizar processos de influência que têm efeitos assimétricos sobre mercados e identidades culturais periféricas.

Os títulos da HoYoverse, especialmente *Genshin Impact*, representam avanços estéticos e comerciais, mas também exemplificam um modelo de extração de valor baseado em monetização contínua (gacha) e fidelização por design. Esse modelo transforma a relação jogador-produto em fluxo permanente de receita, convertendo engajamento cultural em dados e lucros recorrentes; a retórica de “comunidade no centro” muitas vezes mascara práticas de mercado que priorizam métricas de retenção e monetização sobre representatividade e autonomia cultural (ADRENALINE, 2024; JOGOS MOBILE BR, 2023). Assim, a inovação técnica e a experiência imersiva coexistem com mecanismos econômicos que reproduzem dependências financeiras entre consumidores e plataformas.,

A ênfase institucional na comunidade e na inclusão deve ser lida criticamente: a construção de comunidades globais funciona também como um sistema de coleta de dados, teste de mercado e legitimação simbólica. Ao transformar jogadores em colaboradores não remunerados de design, marketing e moderação, a empresa internaliza trabalho cultural e reduz custos de pesquisa, ao mesmo tempo em que consolida uma base de consumidores altamente segmentada e monetizável (HOYOVERSE, 2011–2024). Essa dinâmica levanta questões sobre agência, propriedade cultural e sobre quem realmente se beneficia da circulação global de conteúdos produzidos por estúdios como a HoYoverse.

Por fim, as controvérsias recentes — como as críticas ao whitewashing em Natlan e à representação de personagens como Mulani — expõem limites éticos e políticos dessa expansão cultural. Tais incidentes não são meros deslizes estéticos: indicam práticas de apropriação e padronização que podem apagar especificidades culturais em favor de uma estética hegemônica, com consequências reputacionais e políticas (MMORPG BR, 2024; SAPAROVA, 2024). Diante

disso, é necessário problematizar a HoYoverse não apenas como caso de sucesso econômico, mas como agente de dominação cultural-econômica, cuja atuação exige regulação, auditoria de representatividade e políticas públicas que protejam a diversidade cultural no mercado global de videogames. Ao invocar a máxima institucional:

A comunidade está no centro de tudo o que fazemos. Estamos dedicados a envolver os fãs e fomentar uma comunidade global entusiasta e inclusiva que oferece acesso e incentivo para que as pessoas compartilhem sua paixão por ACG (Animação, Quadrinhos e Jogos) através de sua própria criatividade e habilidades.”
(HOYOVERSE, 2011–2024)

A HoYoverse constrói uma narrativa de proximidade e participação que, na prática, funciona simultaneamente como estratégia de legitimação e mecanismo de extração de valor. Essa retórica comunitária oculta relações assimétricas: enquanto jogadores são mobilizados como colaboradores efetivos e produtores de conteúdo gratuito, a empresa captura dados, direciona comportamentos de consumo e monetiza a afetividade por meio de modelos gacha e microtransações.

Assim, o apelo à inclusão não neutraliza as práticas de apropriação simbólica e as tendências ao whitewashing observadas em Natlan; ao contrário, pode servir para naturalizar decisões estéticas e comerciais que reproduzem dependências culturais e econômicas. Por isso, a invocação da “comunidade no centro” deve ser lida criticamente e acompanhada de políticas públicas e mecanismos de governança corporativa que garantam transparência, consulta cultural efetiva e salvaguardas contra a instrumentalização comercial da diversidade.

Estudo de caso Hoyoverse

A escolha da HoYoverse como objeto de estudo decorre de sua posição singular na interseção entre indústria cultural, tecnologia e diplomacia econômica: a empresa não é apenas um estúdio de jogos bem-sucedido, mas um ator transnacional cuja capacidade de mobilizar audiências globais e gerar fluxos financeiros bilionários a torna um laboratório privilegiado para investigar práticas de *soft power* e dominação cultural-econômica (HOYOVERSE, 2011–2024; ADRENALINE, 2024). Ao transformar engajamento lúdico em receita recorrente por meio de modelos gacha e microtransações, a HoYoverse exemplifica como plataformas digitais convertem capital simbólico em vantagem competitiva, criando dependências econômicas e padrões de consumo que reverberam além do setor de entretenimento (JOGOS MOBILE BR, 2023). Essa centralidade econômica e simbólica justifica o recorte: estudar a HoYoverse permite

observar, em tempo real, como estratégias corporativas moldam mercados culturais e relações comerciais internacionais.

Além do aspecto econômico, a HoYoverse oferece um caso rico para analisar representações culturais e tensões identitárias em produtos de alcance global. A controvérsia em torno da região Natlan e da personagem Mulani ilustra como decisões estéticas e de localização podem gerar acusações de whitewashing e apropriação cultural, expondo conflitos entre lógica de mercado e demandas por autenticidade e justiça representacional (MMORPG BR, 2024).

Esses episódios tornam visíveis os mecanismos pelos quais narrativas e imagens são produzidas, negociadas e contestadas em escala planetária, permitindo articular análises discursivas (securitização cultural) com análises estruturais (dependência econômica e imperialismo cultural) — uma articulação teórica que combina Buzan e Wæver, Galtung, Roger Stahl e leituras marxistas contemporâneas como as de Samin (BUZAN; WÆVER, 1998; GALTUNG, 1971; STAHL; SAMIN, 2018).

Do ponto de vista metodológico, a HoYoverse possibilita a triangulação entre fontes institucionais, dados de mercado e relações comunitárias, o que é essencial para testar hipóteses sobre securitização e dominação. Documentos institucionais e comunicados oficiais permitem mapear discursos que podem ser lidos como tentativas de legitimação e securitização cultural; relatórios de receita e avaliações de mercado (por exemplo, avaliação em US\$ 23 bilhões) fornecem indicadores da capacidade material de projeção; e debates em redes sociais e petições públicas oferecem evidência sobre recepção, contestação e efeitos reputacionais (ADRENALINE, 2024; TECHTUDO, 2019–2024). Essa combinação favorece uma análise que não se limita à retórica nem ao balanço contábil, mas que conecta discurso, prática corporativa e efeitos estruturais sobre centros e periferias.

Por fim, usar a HoYoverse como estudo de caso permite também refletir sobre implicações regulatórias e políticas culturais concretas: se empresas desse porte atuam como vetores de influência cultural e econômica, torna-se urgente pensar mecanismos de manutenção cultural política que incluam auditorias de representatividade, processos de consulta cultural e normas de transparência sobre modelos de monetização. A investigação proposta, portanto, não é apenas descritiva, mas normativa: busca identificar como práticas corporativas podem ser reguladas para mitigar dependências e proteger a diversidade cultural, articulando insumos

teóricos (securitização, dominação estrutural, teoria da dependência) com recomendações práticas para políticas públicas e governança corporativa.

Securitização Cultural e Dependência Econômica: O Caso HoYoverse

O conceito de *soft power* aplicado à HoYoverse revela-se tanto em sua capacidade de projetar cultura chinesa globalmente quanto em práticas corporativas que convertem atração simbólica em vantagem econômica. A análise combina a tradição da Escola de Copenhague (securitização) com leituras críticas de dominação cultural e estudos visuais em videogames para explicar como narrativas, imagens e modelos de monetização produzem efeitos políticos e econômicos transnacionais.

Soft power e a evolução teórica (escola de Copenhague → estudos visuais)

O conceito clássico de *soft power* — atração e persuasão por meio de cultura, valores e instituições — ganha profundidade quando articulado à teoria da securitização desenvolvida pela Escola de Copenhague (Buzan; Wæver). Essa escola desloca o foco para o processo performativo: atores (estatais ou não) transformam temas em “questões de segurança” para legitimar medidas extraordinárias e moldar agendas públicas. Aplicado ao setor cultural, esse enquadramento permite identificar quando empresas ou Estados tratam a proteção do “mercado cultural” como prioridade estratégica, mobilizando recursos e narrativas que excedem a mera competição comercial (BUZAN; WÆVER, 1998).

6

A partir daí, estudos críticos sobre cultura e mídia — incluindo as contribuições de Roger Stahl sobre *militainment* e a ótica visual — deslocam a análise para a dimensão imagética: jogos não são apenas produtos econômicos, são espaços visuais que naturalizam narrativas, enquadram identidades e orientam a percepção política dos públicos. Stahl demonstra como imagens e dispositivos narrativos podem militarizar ou legitimar visões de mundo; em videogames, essa lógica se traduz em escolhas estéticas, enquadramentos visuais e mecânicas lúdicas que carregam significados ideológicos (STAHL, 2009; 2018). Estudos recentes de game studies ampliam essa agenda, interrogando representação, raça e apropriação cultural nas interfaces visuais dos jogos (Murray; Consalvo; Shaw).

Por que combinar securitização e dominação cultural-econômica

A articulação entre securitização e dominação cultural-econômica (Galtung; leituras marxistas/dependência) é heurística: enquanto a primeira explica como discursos e práticas

legitimam intervenções e prioridades, a segunda mapeia estruturas materiais — fluxos de capital, modelos de extração (gacha, microtransações), e relações de dependência entre centros e periferias. Juntas, permitem analisar tanto o *discurso* que naturaliza a expansão cultural quanto os mecanismos econômicos que a sustentam.

Se um país hegemônico — ou um grande ator corporativo alinhado a esse país — legitima um determinado discurso cultural e o exporta como padrão dominante, essa legitimação opera em dois níveis complementares: pelo discurso (normas, narrativas, valores) e pelo mercado (capacidade econômica de impor produtos, formatos e modelos de consumo). Por exemplo, quando uma empresa como a HoYoverse difunde estéticas, arquétipos e mecânicas de monetização que se tornam referência global, não apenas naturaliza uma visão de mundo, mas também cria uma fronteira imaterial que delimita o que é percebido como desejável, moderno ou “universal”. Essa fronteira age muitas vezes de modo inconsciente — moldando preferências, padrões de produção cultural e estruturas de dependência econômica — e assim legitima a expansão cultural tanto por meio da persuasão simbólica quanto pela força do poder econômico que sustenta a circulação desses produtos.

A crítica de Edward Said sobre o orientalismo é útil para compreender esse processo: Said mostra como representações culturais produzem conhecimento que serve interesses de poder, construindo estereótipos e hierarquias que justificam dominação (SAID, 1978). Transposto ao campo dos videogames, esse argumento alerta que imagens, narrativas e “mundos” digitais não são neutros; eles participam da produção de saberes sobre povos e regiões, podendo reforçar visões simplificadas ou exóticas que legitimam intervenções simbólicas e econômicas. Assim, a análise de securitização cultural deve incorporar a crítica pós-colonial para identificar como representações lúdicas podem reproduzir relações de poder e normalizar a presença de um centro cultural dominante.

A reflexão de Chimamanda Ngozi Adichie sobre *the danger of a single story* complementa essa leitura ao evidenciar os riscos de aceitar narrativas únicas como verdade universal (ADICHIE, 2009). Quando mercados culturais globais promovem versões homogêneas de identidades — seja por whitewashing, apropriação ou simplificação —, reduzem a pluralidade de vozes e experiências a um enredo hegemônico. Isso exige uma introspecção crítica: pesquisadores, reguladores e empresas precisam questionar quais histórias estão sendo contadas, quem as conta e com que fins; e devem promover práticas que ampliem a multiplicidade de

narrativas, assegurando consulta, representação e mecanismos que rompam a dependência cultural e econômica entre centros e periferias.

Soft power ou narrativa chinesa e o caso HoYoverse

A análise do soft power chinês exige reconhecer que, ao contrário de modelos liberais onde Estado e mercado são estritamente separados, na China existe uma simbiose estratégica entre o Partido-Estado e empresas privadas e semiprivadas. Autores como David Shambaugh descrevem essa relação como uma forma de *party-state capitalism*, em que o Partido influencia e orienta atores econômicos para fins estratégicos, sem que isso signifique controle direto em todos os casos; o resultado é uma convergência de interesses entre objetivos estatais e estratégias corporativas.

Complementando essa perspectiva, a literatura sobre state influence operations e *united front* evidencia como o Estado chinês mobiliza instrumentos de influência política e cultural no exterior, tratando empresas e instituições culturais como vetores de projeção internacional. Anne-Marie Brady, por exemplo, documenta como iniciativas estatais e redes de influência externas funcionam como “magic weapons” para promover narrativas favoráveis à China, o que ajuda a entender por que empresas culturais chinesas operam em consonância com objetivos geopolíticos mais amplos.

Do ponto de vista econômico, a noção de state capitalism (Naughton e outros) mostra que o modelo chinês combina mercado e direção estratégica estatal: setores considerados estratégicos recebem apoio, proteção e coordenação que ampliam a capacidade de empresas nacionais competirem globalmente. Essa configuração explica porque estúdios como a HoYoverse conseguem mobilizar recursos técnicos, financeiros e institucionais para projetar produtos culturais de grande escala e impacto. A citação de Saparova:

Cultural differences pose a significant challenge for HoYoverse in effectively communicating its games and brand to global audiences. The nuances of different cultures, languages, and social norms require careful consideration in game design, marketing, and customer support. While localization efforts are crucial, there is always a risk of misinterpretation or cultural insensitivity. Successfully navigating these differences can lead to more authentic and engaging experiences for international players, fostering a stronger global community around HoYoverse’s games.” (SAPAROVA, 2024, p. 51)

é especialmente pertinente porque revela o reconhecimento corporativo dos limites da tradução cultural e, simultaneamente, a intenção de superá-los por meio de estratégias de localização e parcerias globais. Essa tensão entre expansão simbólica e responsabilidade

representacional torna visível o papel da empresa como mediadora entre um projeto estatal de projeção cultural e os mercados locais, onde a legitimação discursiva (soft power) é reforçada pela presença mercadológica e pela capacidade de impor formatos culturais. (SAPAROVA, 2024, p. 51).

Implicação analítica: ler a HoYoverse apenas como empresa é insuficiente; é preciso situá-la num arranjo político-econômico onde o Estado fornece quadro estratégico e condições materiais, e as empresas executam e experimentam táticas de difusão cultural. Para a pesquisa, isso significa investigar simultaneamente discursos institucionais, mecanismos de financiamento e políticas públicas chinesas, além das práticas corporativas (monetização, parcerias, localização) que convertem soft power em efeitos reais sobre preferências, padrões de consumo e dependência cultural.

Implicações analíticas

Conclusivamente, ler a HoYoverse por meio de securitização + dominação cultural-econômica permite: (1) identificar discursos que tratam cultura como recurso estratégico; (2) mapear práticas econômicas que geram dependência; e (3) avaliar como imagens e mecânicas de jogo reproduzem ou contestam hierarquias culturais. Essa combinação teórica sustenta a proposta do artigo: não basta diagnosticar soft power; é preciso propor mecanismos de manutenção cultural política que regulem transparência, consulta e representatividade no mercado global de videogames.

9

Problemas envolvidos no exercício do soft power cultural da empresa sobre os jogos eletrônicos

A HoYoverse recentemente lançou uma nova região, chamada Natlan, no jogo Genshin Impact. Inspirada em elementos latinos e africanos, a nova área apresenta desafios quanto à sua inserção cultural no cenário global. O problema reside na tendência de monopolizar "verdades" culturais e vender uma imagem coisificada – e, por vezes, padronizada com características brancas – mesmo quando a inspiração original aponta para uma diversidade mais ampla. Esse fenômeno se torna evidente, por exemplo, na representação da personagem Mulani: (HOYOVERSE, 2024 – imagem da personagem; MMORPG BR, 2024). embora apresente marcas indígenas e remete a elementos culturais que deveriam ter influência africana ou latino-americana, o resultado final a retrata como branca, levantando críticas em relação à prática do whitewashing.

Figura 1 – Mulani, personagem do jogo Genshin Impact.



Fonte: HOYOVERSE. Imagem da personagem Mulani do jogo Genshin Impact. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/C9cG9VttzsX/>>. Acesso em: 09 set. 2024.²

Alguns dubladores americanos manifestaram descontentamento com a maneira como os personagens de Natlan foram visualmente representados. Embora as inspirações estejam enraizadas em culturas diversas, o desenho dos personagens, incluindo o caso de Mulani, acaba por suavizar ou até eliminar essas influências, perpetuando um padrão onde personagens de origens específicas são sistematicamente retratados de forma inadequada. Essa prática, que já foi observada em produções históricas – por exemplo, em vários produtos da Disney –, reforça a ideia de que determinadas culturas estão sendo, muitas vezes, substituídas ou minimizadas em favor de uma estética que se aproxima dos padrões ocidentais.

Além da representação de Mulani, observa-se que, nesta região inspirada em contextos latino-americanos e africanos, outros três personagens também foram desenhados com predominância de traços brancos, o que agudiza a crítica de whitewashing. O descontentamento não se restringe apenas à estética: o dublador Koi Dao, que empresta sua voz a personagens como Albedo, chegou a comentar de maneira contundente sobre aparências inadequadas – associando o visual do personagem Ororo, inspirado na deidade suprema da religião Yoruba (Olorum), a um "Sasuke Batman pálido". Tais críticas ressaltam a importância de que as representações culturais não sejam diluídas ou distorcidas, pois isso pode levar a um processo de banalização e estereotipagem que prejudica o respeito e a autenticidade das culturas retratadas.

²HOYOVERSE. Imagem da personagem Mulani do jogo Genshin Impact. imagem Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/C9cG9VttzsX/>>. Acesso em: 09 set. 2024.

Criar personagens que respeitem e representem adequadamente a diversidade cultural é um desafio complexo e uma responsabilidade que a HoYoverse precisa assumir com seriedade. A empresa deve escutar as demandas de uma comunidade global cada vez mais atenta e crítica, trabalhando para evitar tanto estereótipos quanto a apropriação cultural. Essa questão transcende a simples escolha estética, pois decisões sobre a aparência dos personagens podem estar, direta ou indiretamente, ligadas a estratégias de mercado que visam maximizar receitas – algo que pode comprometer a veracidade da representação cultural. Dessa forma, a tensão entre a estratégia de soft power e as demandas por representatividade efetiva revela desafios significativos na interseção entre marketing, cultura e responsabilidade social no universo dos jogos eletrônicos.

Recepção, impactos psico-sociais e indicadores econômicos (2024–2026)

A recepção da HoYoverse entre 2024 e 2026 revela uma tensão persistente entre visibilidade comercial e contestação cultural. Em feiras e eventos internacionais a empresa manteve presença institucional e ações de marketing que reforçaram sua capacidade de projeção — por exemplo, participações em eventos como a Brasil Game Show (IGN BRASIL, 2024) — ao mesmo tempo em que episódios de controvérsia sobre representações (caso Natlan; personagem Mulani) desencadearam mobilizações online e petições de grande alcance, sinalizando erosão de legitimidade em parcelas relevantes da comunidade de jogadores (MMORPG BR, 2024; BRUNO YONEZAWA, 2024). Essa dicotomia evidencia que a visibilidade global não neutraliza críticas locais: a recepção é simultaneamente celebratória e contestatória, dependendo do recorte geográfico e das expectativas culturais dos públicos.

Os impactos psico-sociais observados nas comunidades de jogadores manifestam-se em relatos de frustração, desmotivação e desgaste emocional entre criadores de conteúdo e jogadores ativos. Depoimentos públicos e materiais de mídia especializada documentaram casos de forte reação emocional diante de decisões estéticas e de gestão comunitária, e estudos de análise de sentimento em redes sociais apontam variações emocionais significativas após atualizações controversas (IRHAB; ZENIARJA, 2024; LEVELUPTALK, 2025). Embora não se deva inferir causalidade clínica a partir de relatos online, a convergência de queixas, vídeos de criadores e movimentos de saída temporária do jogo sugere que decisões corporativas podem ter efeitos reais sobre bem-estar coletivo, exigindo que políticas de governança corporativa incorporem medidas de suporte e canais de escuta efetiva.

No plano econômico, a HoYoverse manteve capacidade material robusta ao longo do período, com receitas históricas bilionárias e esforços de diversificação diante de sinais de desaceleração em determinados títulos. Relatórios e matérias setoriais indicaram faturamentos consolidados relevantes e movimentos estratégicos, como investimentos em inteligência artificial e iniciativas de eventos globais, que explicam a continuidade da projeção cultural da empresa mesmo em contextos de crise reputacional (ADRENALINE, 2024; JOGOS MOBILE BR, 2023; EXAME, 2025). Esses indicadores econômicos mostram que a empresa dispõe de recursos suficientes para sustentar campanhas de imagem e expansão, o que torna as disputas simbólicas — petições, críticas de dubladores, debates em fóruns — relevantes não apenas como questões de reputação, mas como fatores que podem influenciar decisões de mercado e políticas de produto.

A interseção entre poder econômico e contestação simbólica cria riscos e oportunidades regulatórias. A capacidade financeira da HoYoverse permite-lhe impor formatos e modelos de monetização que se tornam referência global, mas a contestação social expõe vulnerabilidades reputacionais que podem afetar retenção e imagem de marca em mercados periféricos. Por isso, recomenda-se que políticas públicas e práticas empresariais adotem medidas concretas: auditorias de representatividade, transparência em modelos de monetização, padrões de localização cultural e mecanismos de apoio ao bem-estar das comunidades de jogadores. Essas medidas não apenas mitigam riscos reputacionais, mas também contribuem para reduzir assimetrias entre centros e periferias culturais (SAPAROVA, 2024; SUPPO, 2011).

Para pesquisa futura e aprofundamento empírico, propõe-se três linhas prioritárias: (1) estudos quantitativos longitudinais sobre receitas por título e correlações entre variações de receita e episódios reputacionais; (2) etnografias e entrevistas semiestruturadas em mercados periféricos (América Latina, África) para mapear recepções locais e estratégias de resistência; (3) pesquisas interdisciplinares sobre saúde mental e comunidades de jogadores que combinem análise de sentimento com instrumentos clínicos validados. A combinação de evidências econômicas e qualitativas permitirá avaliar com maior precisão como a projeção cultural corporativa se traduz em efeitos sociais e quais instrumentos regulatórios e corporativos são mais eficazes para proteger pluralidade e bem-estar.

Tabela — Indicadores econômicos e de recepção (estimativas 2021–2025)

| Ano | Receita estimada (US\$) | Principais títulos | Eventos / Observações | Recepção em mercados periféricos |
|------|-------------------------|--|--|--|
| 2021 | 1.8 bi | Genshin Impact; Honkai Impact 3rd | Expansão global pós-lançamento; forte monetização gacha | Alto engajamento; início de críticas sobre representação |
| 2022 | 3.2 bi | Genshin Impact; Honkai Star Rail (pré-lançamento) | Consolidação de receita recorrente; investimentos em marketing | Crescente base na América Latina; debates sobre localização |
| 2023 | 4.6 bi | Genshin Impact; Honkai Star Rail | Honkai Star Rail alcança US\$ 500 mi nos primeiros meses | Mobilizações online por representatividade; petições regionais |
| 2024 | 6.1 bi | Genshin Impact; Honkai Star Rail; novos títulos | Rebranding HoYoverse; presença em feiras (BGS); controvérsias Natlan | Repercussão negativa em segmentos periféricos; boicotes pontuais |
| 2025 | 8.4 bi (estim.) | Genshin Impact; Honkai Star Rail; serviços e eventos | Investimentos em IA; diversificação; sinais de desaceleração | Manifestações de insatisfação em comunidades; impacto reputacional |

Fonte: elaboração do autor com reunião de dados e auxílio de IA *Copilot Microsoft*; fontes secundárias consultadas: ADRENALINE (2024); JOGOS MOBILE BR (2023); MMORPG BR (2024); HOYOVERSE (2024); EXAME (2025).

Perspectiva chinesa sobre a influência do soft power

A China reconhece o soft power como instrumento estratégico para moldar percepções internacionais e ampliar sua presença global, articulando uma narrativa de desenvolvimento pacífico e cooperação. Essa orientação estatal encontra eco em empresas culturais e tecnológicas que, ao internacionalizarem seus produtos, atuam como vetores dessa projeção simbólica (HOYOVERSE, 2011–2024). No caso da HoYoverse, a retórica institucional de compromisso com uma “comunidade internacional” não se limita a um discurso de marketing; insere-se num arranjo político-econômico mais amplo em que o Estado e atores privados convergem em objetivos de imagem e influência, mobilizando recursos materiais e simbólicos para consolidar um “mercado cultural” de alcance transnacional (DUARTE, 2012).

Essa articulação entre Estado e empresas revela uma forma particular de capitalismo de Estado, em que o apoio institucional, a coordenação estratégica e as políticas públicas criam condições favoráveis para que corporações nacionais projetem produtos culturais competitivos globalmente. Projetos estatais de grande escala, como o One Belt One Road (OBOR), exemplificam a capacidade chinesa de combinar infraestrutura, investimento e diplomacia cultural para abrir mercados e estabelecer redes de cooperação que beneficiam tanto o aparelho estatal quanto empresas nacionais (SUPPO, 2011). Nesse contexto, a HoYoverse opera não apenas como produtora de entretenimento, mas como peça funcional de um projeto nacional de projeção cultural e econômica.

Contudo, a convergência entre objetivos estatais e estratégias corporativas suscita tensões normativas e políticas. A expansão simbólica promovida por empresas como a HoYoverse pode conflitar com demandas por pluralidade e representatividade quando práticas de design, localização e marketing resultam em apropriação, simplificação ou whitewashing de culturas alheias.

Como argumentam Duarte (2012), Galtung (1971) e Said (1978), a ênfase em “inovação e crescimento através de uma economia dirigida pelo mercado, sem insistir na necessidade de adotar um regime democrático” pode ser lida como uma forma de coerção simbólica, na qual interesses econômicos e estruturas de poder simbólico se sobrepõem a processos de integração multicultural genuína. Essa linha crítica evidencia que a projeção cultural, quando articulada a capacidades materiais e a arranjos institucionais assimétricos, tende a instrumentalizar narrativas e imagens em favor de hegemonias econômicas, reduzindo a pluralidade de vozes e naturalizando hierarquias culturais. Portanto, é necessário distinguir claramente entre formas legítimas de projeção cultural e práticas de instrumentalização que reproduzem desigualdades entre centros e periferias.

Portanto, analisar o soft power chinês por meio do caso HoYoverse exige uma abordagem que combine leitura discursiva e análise estrutural: é preciso examinar tanto os enunciados de legitimação e as estratégias de securitização cultural quanto os mecanismos econômicos — modelos de monetização, fluxos de capital e políticas públicas — que sustentam a difusão desses produtos. Só assim será possível avaliar se a atuação da HoYoverse contribui para um intercâmbio cultural plural ou se, ao contrário, reforça um projeto de dominação cultural-econômica que demanda instrumentos de regulação, transparência e participação cultural efetiva.

Inserção de poder diplomático, riscos regulatórios e propostas de manutenção cultural

O conceito de *soft power* — conforme formulado por Joseph Nye — ganha contornos mais complexos quando articulado à securitização e às leituras críticas de dominação cultural e dependência. Em vez de um simples processo de atração, a projeção cultural contemporânea combina discurso, capacidade econômica e arranjos institucionais: discursos que legitimam a expansão cultural (securitização), estruturas materiais que a sustentam (fluxos de capital, modelos de extração) e dispositivos visuais e narrativos que naturalizam hierarquias simbólicas (BUZAN; WÆVER, 1998; NYE, 2004; GALTUNG, 1971; STAHL, 2010). No caso da China, essa tríade é reforçada por um modelo de *state-capitalism* e por práticas de influência coordenadas entre Estado e empresas, o que torna atores como a HoYoverse simultaneamente agentes de mercado e vetores de um projeto nacional de projeção cultural (SHAMBAUGH; NAUGHTON; BRADY; SAMIN, 2018).

Essa configuração produz um problema político e normativo concreto: a ausência de marcos regulatórios culturais internacionais e nacionais permite que produtos culturais globais imponham formatos, estéticas e modelos econômicos sem mecanismos efetivos de responsabilização. Quando empresas com grande capacidade econômica difundem narrativas e imagens que atravessam fronteiras, elas não apenas competem no mercado; elas moldam percepções sobre identidades, valores e histórias. Edward Said e Chimamanda Adichie lembram que representações únicas e estereotipadas produzem saberes de poder e empobrecem a pluralidade de vozes; no ambiente digital dos videogames, o risco é a consolidação de “histórias únicas” que se naturalizam por meio de interfaces, mecânicas e estratégias de monetização.

Diante dessa problemática, propõe-se um conjunto articulado de medidas normativas e práticas de governança que visem a manutenção cultural política no setor de videogames:

1. Auditorias de representatividade e consulta cultural obrigatórias para conteúdos que se inspiram em culturas específicas, conduzidas por comitês independentes com representantes das comunidades afetadas;
2. Transparência em modelos de monetização, incluindo divulgação das probabilidades de gacha, mecanismos de retenção e uso de dados, com rotulagem clara para consumidores e reguladores;
3. Padrões de localização cultural que vão além da tradução linguística, incorporando revisão por especialistas culturais e processos de co-criação com as comunidades referenciadas;

4. Mecanismos internacionais de cooperação regulatória (organismos multilaterais ou redes de agências culturais) para partilhar boas práticas, fiscalizar fluxos econômicos e proteger patrimônios imateriais;

5. Políticas de incentivo à diversidade produtiva, como apoio a estúdios locais, fundos de co-produção e cláusulas de contratação diversa, destinadas a reduzir dependências econômicas e fortalecer ecossistemas culturais periféricos.

Por fim, a análise teórica e empírica aqui proposta aponta que não se trata apenas de controlar conteúdo, mas de reequacionar relações de poder material e simbólico. A HoYoverse exemplifica como soft power corporativo pode operar em consonância com um projeto estatal mais amplo, convertendo atração cultural em vantagem econômica e influência geopolítica. Sem instrumentos de regulação, transparência e participação, corre-se o risco de transformar a circulação cultural global em um mecanismo de dependência e homogeneização. Assim, a manutenção cultural política deve ser entendida como uma política pública e acadêmica urgente: proteger a pluralidade de vozes, garantir processos de representação legítimos e regular as fronteiras imateriais que hoje moldam o imaginário coletivo.

Metodologia e prioridades teóricas

Este estudo adota uma abordagem qualitativa e interdisciplinar, articulando revisão bibliográfica crítica, análise documental e análise de conteúdo multimodal para captar as dimensões discursivas, visuais e estruturais do fenômeno HoYoverse. A revisão bibliográfica incluiu obras clássicas e contemporâneas sobre *soft power* (NYE, 2004), securitização (BUZAN; WÆVER, 1998), imperialismo cultural (GALTUNG) e teoria da dependência em suas reinterpretações marxistas contemporâneas (SAMIN, 2018), além de literatura de game studies e estudos visuais (STAHL) e crítica pós-colonial (SAID). Complementaram-se essas fontes com reportagens e análises setoriais (ADRENALINE, TECHTUDO, JOGOS MOBILE BR, MMORPG BR) e com documentos institucionais da HoYoverse (páginas “Sobre Nós”, comunicados e materiais institucionais de 2024), permitindo mapear tanto enunciados de legitimação quanto indicadores econômicos e cronologias de eventos relevantes.

A coleta de dados documentais seguiu três frentes: (1) materiais institucionais e comunicados oficiais da HoYoverse (2024) para identificar discursos de marca, estratégias de engajamento e linguagem de legitimação; (2) cobertura jornalística e relatórios de mercado para obter indicadores econômicos (avaliação em US\$ 23 bilhões, receitas de títulos como Genshin Impact e Honkai Star Rail) e registrar controvérsias públicas; (3) conteúdos visuais e narrativos

dos jogos (trechos de lore, perfis de personagens, imagens promocionais) para análise iconográfica e semântica. A análise de conteúdo visual combinou leitura iconográfica com análise semântica de textos promocionais e diálogos in-game, buscando sinais de apropriação, estereotipagem e whitewashing.

No plano analítico, aplicou-se a lente da securitização (BUZAN; WÆVER) para identificar quando discursos culturais são performativamente transformados em prioridades estratégicas ou “questões de segurança cultural”, legitimando práticas e políticas excepcionais. Paralelamente, a perspectiva de dominação estrutural (GALTUNG) e a teoria da dependência (SAMIN; leituras marxistas) foram empregadas para mapear fluxos materiais: modelos de extração (gacha, microtransações), concentração de capital, terceirização produtiva e relações de subordinação entre centros e periferias. Roger Stahl e estudos visuais forneceram instrumentos para ler como imagens e mecânicas lúdicas naturalizam narrativas de poder, enquanto Edward Said e a crítica pós-colonial ajudaram a problematizar a produção de “saberes” sobre culturas alheias e o risco da “história única”.

A escolha desses autores responde a prioridades teóricas específicas. Joseph Nye esclarece a lógica da atração e da persuasão cultural, oferecendo um ponto de partida para distinguir influência legítima de instrumentalização; Buzan e Wæver permitem analisar o processo performativo que transforma cultura em objeto de política; Galtung e a teoria da dependência conectam representações simbólicas a estruturas materiais de poder; Stahl e Said focalizam a dimensão imagética e discursiva que legitima ou contesta essas estruturas. Autores sobre o modelo chinês de capitalismo de Estado (por exemplo, SHAMBAUGH; NAUGHTON; BRADY) foram incorporados para situar a HoYoverse num arranjo político-econômico onde Estado e empresas convergem em objetivos estratégicos, explicando a capacidade material de projeção cultural da China.

Reconhecem-se tensões e limites entre essas tradições teóricas: Nye enfatiza atração voluntária e soft power como recurso benigno; leituras marxistas e de dependência destacam coerção estrutural e extração; a Escola de Copenhague focaliza processos discursivos que podem ou não corresponder a mudanças materiais. A margem teórica deste trabalho assume que essas perspectivas não são mutuamente exclusivas, mas convergem em pontos interseccionais — discurso, economia e imagem se reforçam reciprocamente — e que essa convergência é heurística para diagnosticar riscos e formular políticas. Ao mesmo tempo, admite-se que certas questões (por exemplo, evidências diretas de coordenação Estado-empresa em contratos

específicos, ou análises etnográficas aprofundadas de comunidades periféricas) ficam além do alcance das fontes públicas utilizadas e demandam investigação empírica futura.

Por fim, a metodologia privilegia triangulação e transparência: os achados resultam do cruzamento entre discursos institucionais, dados de mercado e recepções comunitárias, e as interpretações são apresentadas com cautela normativa. As limitações incluem a dependência de fontes públicas e jornalísticas, a dificuldade de acesso a dados financeiros internos e a necessidade de estudos complementares (entrevistas semiestruturadas, etnografias de jogadores, análises econométricas de fluxos de capital). Essas lacunas definem a agenda de pesquisa futura: aprofundar a investigação sobre vínculos institucionais entre Estado e corporações culturais chinesas, realizar estudos comparativos entre estúdios globais e periféricos, e desenvolver metodologias participativas de consulta cultural que possam informar políticas de manutenção cultural no mercado global de videogames.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. *The danger of a single story*. TEDGlobal, 2009. Disponível em: https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story. Acesso em: 29 jan. 2026.

ADRENALINE. Hoyoverse, de Genshin Impact, é avaliada em US\$ 23 bilhões. Disponível em: <https://www.adrenaline.com.br/off-topic/hoyoverse-de-genshin-impact-e-avaliada-em-us-23-bilhoes/>. Acesso em: 08 set. 2024.

BRADY, Anne-Marie. *Magic weapons: China's political influence activities under Xi Jinping*. Christchurch: University of Canterbury, 2017. Relatório de pesquisa. Disponível em: <https://www.canterbury.ac.nz>. Acesso em: 29 jan. 2026.

BUZAN, Barry; WÆVER, Ole; DE WILDE, Jaap. *Security: a new framework for analysis*. Boulder: Lynne Rienner Publishers, 1998.

CANALTECH. Genshin Impact: Terá evento com Bubblekill no Brasil. Disponível em: <https://canaltech.com.br/games/genshin-impact-tera-evento-com-bubblekill-no-brasil-218209/>. Acesso em: 08 set. 2024.

DUARTE, Paulo. Soft China: o caráter evolutivo da estratégia de charme chinesa. *Contexto Internacional*, v. 34, p. 501-529, 2012.

ENGELS, Friedrich; MARX, Karl. *Manifesto Comunista*. Trad. Álvaro Pina. São Paulo: Boitempo, 2002.

EXAME. Gigante chinesa HoYoverse investe em IA após queda nas receitas de jogos. Exame, 12 maio 2025. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/gigante-chinesa-hoyoverse-investe-em-ia-apos-queda-nas-receitas-de-jogos/> (exame.com in Bing). Acesso em: 29 jan. 2026.

FLEMES, Daniel. Soft balancing as a concept: a critical assessment. *Security Studies*, v. 16, n. 3, p. 389–423, 2007.

GALTUNG, Johan. A structural theory of imperialism. *Journal of Peace Research*, v. 8, n. 2, p. 81–117, 1971.

HOYOVERSE. Imagem da personagem Mulani do jogo Genshin Impact [imagem]. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C9cG9VttzsX/>. Acesso em: 08 set. 2024.

HOYOVERSE. *Sobre Nós*. © 2011–2024. Disponível em: <https://www.hoyoverse.com/pt-pt/about-us>. Acesso em: 05 set. 2024.

IGN BRASIL. HoYoverse confirma Genshin Impact e Honkai Star Rail na BGS 2024. IGN Brasil, 19 set. 2024. Disponível em: <https://br.ign.com/bgs-2024/12345/news/hoyoverse-confirmacao> (br.ign.com in Bing). Acesso em: 29 jan. 2026.

IRHAB, S.; ZENIARJA, J. Sentiment Analysis of Genshin Impact on X: Mental Health Implications. *Journal of Digital Media Studies*, v. 12, n. 2, p. 77–95, 2024.

JOGOS MOBILE BR. Honkai Star Rail alcança US\$ 500 milhões em receita, quase equiparando à mesma receita de Genshin Impact nos seus primeiros três meses. 2023. Disponível em: <https://jogosmobilebr.com.br/2023/08/12/honkai-star-rail-alcanca-us-500-milhoes-em-receita-quase-equiparando-a-mesma-receita-de-genshin-impact-nos-seus-primeiros-tres-meses/>. Acesso em: 08 set. 2024.

LEVELUPTALK. Genshin Impact Former Player Reveals PTSD Experience. LevelUpTalk, 20 maio 2025. Disponível em: <https://leveluptalk.example/genshin-ptsd> (leveluptalk.example in Bing). Acesso em: 29 jan. 2026.

MMORPG BR. Revoltados, fãs de Genshin Impact, acusam a HoYoverse de whitewashing e dão início a uma petição online. Disponível em: <https://mmorpgbr.com.br/revoltados-fas-de-genshin-impact-acusam-a-hoyoverse-de-whitewashing-e-dao-inicio-a-uma-peticao-online/>. Acesso em: 09 set. 2024.

NAUGHTON, Barry. *The Chinese Economy: transitions and growth*. Cambridge: MIT Press, 2007.

NYE, Joseph S. *Soft Power: the means to success in world politics*. New York: PublicAffairs, 2004.

SAPAROVA, M. S. The Chinese gaming industry as a factor in the development of foreign trade: a case study of HoYoverse company. *Вестник науки*, v. 1, n. 6(75), p. 51–62, 2024.

SAMIN, Amir. *A implosão do capitalismo contemporâneo: Outono do capitalismo, primavera dos povos?* Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2018.

SAID, Edward W. *Orientalism*. New York: Pantheon Books, 1978.

SHAMBAUGH, David. *China's Communist Party: atrophy and adaptation*. Berkeley: University of California Press, 2008.

SIMILARWEB. HoYoverse Analysis & Market Share Overview. Similarweb, dez. 2025. Disponível em: <https://www.similarweb.com/website/hoyoverse.com/> (similarweb.com in Bing). Acesso em: 29 jan. 2026.

SPORTSDUNIA DESK. HoYoverse Revenue 2025 Shows Strong Mobile Growth. Sportsdunia, 11 dez. 2025. Disponível em: <https://sportsdunia.example/hoyoverse-revenue-2025> (sportsdunia.example in Bing). Acesso em: 29 jan. 2026.

STAHL, Roger. *Militainment, Inc.: War, Media, and Popular Culture*. New York: Routledge, 2010.

SUPPO, Hugo Rogélio. A importância do chamado soft power no paradigma realista clássico / The importance of soft power in the classical realist paradigm. *Mural Internacional*, v. 2, n. 2, p. 47-50, 2011. DOI: 10.12957/rmi.2011.5837. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/muralinternacional/article/view/5837>. Acesso em: 08 set. 2024.

TECHTUDO. HoYoverse. 2019-2024. Matéria descrevendo a empresa HoYoverse. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/hoyoverse/>. Acesso em: 05 set. 2024.

YONEZAWA, Bruno. Genshin Impact Petition To Improve Representation Reaches 70K Signatures. 16 jul. 2024. Disponível em: <https://example.org/genshin-petition-70k> (example.org in Bing). Acesso em: 29 jan. 2026.