

## **Fé em jogo**

*Bruno Romani*

*Empresa de jogos gospel sustenta segmento com marketing agressivo, que inclui milhares de pastores*

Com melhora no desempenho financeiro, sequência de lançamentos e estratégia de marketing agressiva, uma empresa americana do Estado de Washington dá fôlego à indústria de jogos eletrônicos cristãos.

Surgida em 2002, a Left Behind Games deverá ter o primeiro trimestre com lucro de sua história. Troy Lyndon, um desenvolvedor que largou a carreira para virar missionário antes de fundar a companhia, disse que a Left Behind já arrecadou US\$ 500 mil no atual período fiscal.

Parece pouco quando comparado a grandes produtoras, mas esse é um segmento minúsculo. Segundo a ACE (Associação de Entretenimento Cristão, em inglês), os jogos cristãos correspondem a menos de 1% de todo o mercado de games, com vendas que geram entre US\$ 50 milhões e US\$ 100 milhões.

Além disso, abocanhar fiéis por meio de games nunca foi negócio rentável. Desde os anos 80, há títulos tentando fazer isso, mas a qualidade duvidosa deles sempre foi motivo de restrições entre fãs e crítica especializada.

A Left Behind conseguiu se firmar como a principal empresa do setor por meio de uma série que leva o mesmo nome da empresa. O terceiro título, Rise of the AntiChrist (ascensão do anticristo), chegou às lojas em outubro. Assim como seus antecessores, Rise of the AntiChrist é um jogo de estratégia que parece um coquetel religioso de Grand Theft Auto e The Sims.

A Left Behind coleciona críticas por supostamente incitar a intolerância religiosa -o que ajudou a promover seus produtos.

Junto com os games, a companhia desenvolveu uma estratégia de marketing agressiva. Nos últimos dois anos, ela distribuiu 50 mil unidades de alguns de seus títulos para uma rede de pastores. Os alvos, segundo a Left Behind, são mais de 300 mil igrejas cristãs do país - inimigas tradicionais da indústria secular de games.

Em 2011, a companhia terá alguns de seus títulos à venda nas lojas do Walmart -um dos maiores varejistas dos EUA. Na internet, os jogos da Left Behind aparecem em sites como o da Best Buy. Nesta sexta-feira, a empresa vai estreiar comerciais em cinemas e canais de TV.

**Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 8 dez. 2010, Tec, p. F5.**