Departamento de Sociologia e políticas públicas

A importância e o impacto do *modding* de videojogos entre os jogadores portugueses.

Pedro Luís de Jesus Fernandes

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de

Mestre em Comunicação, cultura e tecnologias da informação e comunicação

Orientador(a)
Doutora Rita Maria Espanha Pires Chaves Torrado da Silva, Professora Auxiliar,
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Co-orientador(a):
Doutor Jorge Samuel Pinto Vieira, Professor Auxiliar Convidado,
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

2015

Instituto Universitário de Lisboa

Departamento de Sociologia e políticas públicas

A importância e o impacto do *modding* de videojogos entre os jogadores portugueses.

Pedro Luís de Jesus Fernandes

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de

Mestre em Comunicação, cultura e tecnologias da informação e comunicação

Orientador(a)
Doutora Rita Maria Espanha Pires Chaves Torrado da Silva, Professora Auxiliar,
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Co-orientador(a):
Doutor Jorge Samuel Pinto Vieira, Professor Auxiliar Convidado,
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

2015

Agradecimentos

Um agradecimento muito especial aos meus orientadores, ao professor Jorge Vieira por toda a disponibilidade e paciência, e à professora Rita Espanha por toda a cordialidade e simpatia ao longo destes dois anos de mestrado.

Queria ainda agradecer a todos os que abdicaram de um bocado do seu dia e se disponibilizaram para responder às entrevistas assim como a todos os que me indicaram o caminho para chegar a essas pessoas, sem vocês este trabalho não seria possível.

Um agradecimento também para os meus colegas de pânico académico (vocês sabem quem são) por toda a entreajuda e apoio psicológico que trocámos ao longo de inúmeras vésperas de entrega de trabalhos.

Queria também agradecer a todos os amigos que me apoiaram e motivaram a entrar neste mestrado, assim como aqueles que me apoiaram durante a realização do mesmo.

Um agradecimento especial ao Tiago Sêco e ao Rafael Sêco, pela camaradagem e apoio incondicional que me fez seguir em frente mesmo nos dias mais complicados.

E por fim um agradecimento à minha família, à minha mãe, ao meu pai, ao meu irmão, e ao meu cão.

Dedico este trabalho a todos os que me ajudaram não só durante o meu mestrado, mas durante toda a minha vida.

Sem vocês não era metade do que sou hoje nem metade do que serei amanhã.

A todos vocês, muito obrigado.

Resumo

O objetivo desta dissertação passou por analisar e explicar um dos fenómenos mais populares associados ao mundo dos videojogos, o *modding.* O seu objetivo era perceber qual o impacto do *modding* nos jogadores portugueses, qual a sua percepção acerca do conceito, como é que ele modifica os seus padrões de consumo, o que pode ser alterado e melhorado no panorama atual do *modding* e qual o futuro do *modding* de videojogos, e também perceber de que forma é que o *background* de cada jogador influência a sua postura em relação ao *modding*.

Esta dissertação foi dividida em duas componentes. A componente teórica onde foi feita uma análise sobre a evoluções e mudanças que potenciaram o crescimento da indústria dos videojogos e que possibilitaram o aparecimento de fenómenos como o *modding*, e ainda uma análise ao *modding* em si e às suas aplicações e implicações na indústria. A componente prática visou, através da realização de um conjunto de catorze entrevistas, tentar perceber qual a dimensão e a importância do *modding* entre os jogadores portugueses, e como o seu *background* com os videojogos pode influenciar a sua visão do *modding*.

Os resultados obtidos mostraram-nos que, atualmente, as preferências pessoais dos jogadores no que toca a plataformas ou géneros de jogos têm mais peso na forma como condicionam a sua visão e a sua relação com o *modding* de videojogos, foi possível verificar que para os entrevistados o modding serve também como alternativa, ou escape, a algumas políticas, praticadas pela indústria, e que são menos favoráveis para os jogadores.

Esta dissertação presenteou-nos ainda com uma visão sobre a chamada cultura participativa, uma visão algo oposta à visão otimista que costuma estar associada a esse termo, uma vez que a análise aos entrevistados revelou que todos já tinham consumido *mods* mas nenhum tentou criá-los.

Abstract

The aim of this work was to analyze and explain one of the most popular phenomena associated with the world of video games, modding. The goal was to understand the impact of modding among Portuguese players, what their perception about the concept was, how it changed their consumption patterns, find out what could be changed and improved in the current panorama of modding and what the future of videogame modding could hold. We also wanted to find out if the background of each player, in relation to their use of videogames, could influence their attitude, and their views, towards modding.

This dissertation was divided into two components. The theoretical component which carried out an analysis of the developments and changes that boosted the growth of the gaming industry and allowed the emergence of phenomena such as modding, and also an analysis of modding and its applications and implications for the industry. The practical component aimed to conducting a series of interviews in order to figure out the importance of modding among Portuguese players, and how their individual backgrounds with video games could influence their views on modding.

The results showed us that, currently, the personal preferences of the players when it comes to platforms or game genres have more weight in shaping their visions, opinions and their relationship with videogame modding. It was also verified that for the players that we interviewed modding also served as an alternative, or escape, to some policies practiced by the industry which are less favourable to the players.

This dissertation also presented us with an insight into the so called participatory culture, a vision that, somehow, opposed the optimistic view that is usually associated with that term, since the analysis revealed that all the players we interviewed had consumed mods but none tried to create them.

Keywords: Web 2.0, Videogames, Modding, Mods, Modders

Índice

Introdução……..Pág.1

Contexto teórico .....……..Pág.5

A evolução da indústria, dos videojogos e o aparecimento do *modding*…….Pág.9

O *modding*…… Pág.19

Cultura participativa e os Impactos do *modding* na indústria e legislação……...Pág.25

A importância e o impacto do *modding* entre os jogadores (Metodologia)……Pág.31

A importância e o impacto do *modding* entre os jogadores (Análise)……Pág.33

Conclusão……Pág.49

Bibliografia……Pág.53

Anexos…….P. I

Índice de quadros

Quadro 1.2 - Percentagem de americanos com mais de dezoito anos que acedem à internet a partir de banda larga (Fonte: Pew Industry)…….Pág 24

Quadro 2.2 - Tipos de ligação à internet nos lares domésticos em Portugal em 2013 (Fonte: OberCom)…….Pág 24

Índice de figuras

Figura 1.8 - Imagem satírica que pretende ilustrar a evolução do modelo de negócio da indústria dos videojogos (autor desconhecido)…… Pág 60

Glossário de siglas

MOBA - *Massive online battle arenas*

DOTA - *Defese of the Ancients*

MMO - *Massive multiplayer online*

MMORPG - *Massive multiplayer online roleplaying game*

RPG - *Roleplaying game*

FPS - *First person shooter*

RTS - *Real time strategy*

DLC - *Downloadable content*

AAA - Jogos com os maiores orçamentos e valores de produção

Introdução

Os videojogos mudaram drasticamente num curto espaço de tempo. Assistimos ao aparecimento de quatro gerações diferentes de consolas, os discos rígidos dos PC passaram de *kilobytes* para *terabytes,* e deu-se uma revolução no mercado dos videojogos, que passou de nicho a colosso na área do entretenimento. Esta revolução foi potenciada pelo rápido desenvolvimento e disponibilidade das novas tecnologias (com particular destaque para a expansão da internet para o uso doméstico e o aparecimento da chamada *Web 2.0*) no entanto esta mudança não pode ser confinada a um ou dois aspetos. De igual forma, as novas tecnologias podem ser consideradas como o factor principal para essa mudança, porque foi de facto uma revolução global não só na indústria mas também em quem joga. Sim, as novas tecnologias foram importantes, mas elas foram apenas a alavanca que permitiu por em movimento todo o potencial latente desta indústria e desta forma de entretenimento.

O resultado desse rápido desenvolvimento e expansão da indústria dos videojogos não poderia ter sido mais expressivo, os videojogos são atualmente um produto que passou a ser um elemento importante na vida de muitas pessoas - mesmo daquelas que achavam que nunca se iam interessar por jogos, não só como forma de entretenimento, mas também como forma de socialização ou até mesmo realização e desenvolvimento pessoal - sendo que muitas pessoas dedicam várias horas do seu dia aos videojogos. Com a chamada "*Web 2.0*" surge então aquilo que podemos considerar o "*Gaming 2.0*", onde, tal como aconteceu com os utilizadores da internet com o aparecimento da *Web 2.0*, os jogadores passaram eles também de uma relação unidimensional para uma relação multidimensional e social com o jogo, com os produtores e com os outros jogadores.

O jogo deixou de estar confinado ao sofá, passou para todos os ecrãs da vida dos jogadores, a televisão, a consola portátil, o computador, o *tablet*, o *smartphone*, aliás o próprio jogo deixou de estar confinado ao ato de jogar, o jogo estende-se para lá das fronteiras do digital, através dos *social media*, das redes sociais, dos *blogs*, dos fóruns o jogo assume um carácter social, os jogadores já não são um elemento passivo e isolado (em diferentes graus de participação, claro), passaram a estar em rede, são partes ativas do jogo e da sua comunidade, mesmo quando não estão a jogar e especialmente quando não estão a jogar, em constante contacto com milhares de outros jogadores de todo o mundo e com as suas respetivas culturas e hábitos, trocando ideias e opiniões com esses mesmos jogadores e até mesmo com os criadores dos próprios jogos, com quem formam relações pessoais, económicas, de aprendizagem e até de trabalho, os jogadores e o seu *know how*, a sua criatividade, passaram a fazer parte integrante do processo criativo das empresas

produtoras de videojogos numa relação que beneficia todas as partes, quem produz e quem joga.

No que toca à organização esta dissertação será dividida em cinco capítulos distintos. O primeiro capítulo, o enquadramento histórico e teórico, assume uma especial importância pois será através deste enquadramento que ficaremos com uma ideia mais clara da evolução dos conceitos e teorias que podem ser relacionadas com o *modding* de videojogos.

O segundo capítulo será composto por vários pontos onde serão ilustradas algumas das principais alterações no perfil, comportamentos e relação entre jogadores, indústria e jogos e que potenciaram o aparecimento do *gaming* 2.0, a pergunta principal será: "O que mudou na relação entre jogadores, jogos e a indústria dos videojogos, qual o papel desses mesmos intervenientes nessa mudança?" sendo que esta pergunta de partida irá subdividir-se em três outras perguntas: O que mudou no perfil da indústria? O que mudou no perfil dos jogadores? De que forma é que estas mudanças nos jogadores e na indústria alteraram o perfil dos jogos e a maneira como as pessoas olham para os jogos? O objetivo deste quadro teórico é acima de tudo perceber as mudanças que ocorreram não só nas relações entre jogadores, jogos e indústria, e que foram potenciadas por essas novas tecnologias e novas formas de utilização das novas tecnologias, nomeadamente a *Web 2.0*, mas também as mudanças nos perfis desses mesmos elementos e compreender de que forma é que essas mudanças permitiram que a indústria dos videojogos crescesse da forma que cresceu e passasse de nicho a indústria dominante no mundo do entretenimento, acima de tudo, as respostas a estas perguntas iram permitir uma abordagem mais clara e mais esclarecida ao fenómeno do *modding*.

No terceiro capítulo e no quarto iremos então olhar com mais atenção para o fenómeno do *modding* em si. No terceiro capítulo iremos ver no que é que consiste, como se processa, que tipos de *modding* e de *mods* é que existem e olhar também para os casos mais sonantes enquanto que no quarto capítulo continuaremos a falar do *modding*, mas desta vez centrar-se-a a análise no seu impacto na indústria e para os seus contornos legais.

No quinto, e último, capítulo iremos observar *modding* através de uma perspetiva mais prática. Através da realização de um conjunto de entrevistas junto dos jogadores portugueses, iremos analisar o impacto do *modding* junto dos mesmos, de forma a perceber se já utilizaram ou criaram *mods*, e perceber se a existência de suporte para *mods* para um determinado jogo condiciona os seus padrões de consumo de videojogos e plataformas de jogo entre outras questões, e ao mesmo tempo tentar saber quais são as suas opiniões e críticas sobre o fenómeno e tentar perceber qual será o caminho a seguir no que toca ao futuro do *modding*.

O objetivo desta dissertação é o de dar a conhecer um dos fenómenos mais populares associados ao mundo dos videojogos, o *modding*, e tentar perceber qual o seu impacto no panorama português e qual o papel do contexto e socialização com os videojogos, dos jogadores portugueses no que toca à sua percepção deste fenómeno.

Capítulo 1: Contexto teórico

Antes de abordar o conceito de *modding* propriamente dito, e porque esse mesmo conceito não apareceu do nada, é importante olhar para trás para conceitos e autores que, apesar de não estarem directamente ligados ao conceito de *modding*, estão ligados de forma indirecta através das suas publicações e teorias. Tal como foi referido na introdução, este primeiro capítulo servirá essencialmente para fornecer um contexto histórico e teórico para melhor compreendermos as teorias e os conceitos que estão na base do *modding*. Durante este capítulo iremos salientar alguns dos autores e conceitos de renome que podem ser considerados como os primórdios do *modding*.

Um ponto de passagem essencial neste enquadramento será sempre Alvin Toffler e o seu conceito de "*prosumer*" ou "prosumidores"[1], quando falamos de "prosumidores", estamos a referir-nos ao termo cunhado por Alvin Toffler no seu livro "*The third wave*". Para Alvin Toffler, os "*prosumers*" apagam a linha que antes separava consumidores de produtores, que separava quem produzia de quem consumia, ao produzirem aquilo que queriam consumir de acordo com as suas necessidades (Toffler, 1980: 264-263), isto porque a melhor maneira de satisfazermos as nossas necessidades é se formos nós mesmos a satisfazê-las, seja a reparar o carro, a fazer a bricolage lá de casa e, no caso do objecto de estudo desta dissertação, a modificar e a produzir jogos.

Mais do que pessoas que apenas alteram produtos de forma a satisfazer as suas necessidades individuais, os "prosumidores" são também criadores de tendências, uma boa maneira de verificar essa capacidade de criar tendências passa por agarrar no conceito do "*prosumer*" e analisá-lo através do nosso objecto de estudo, os *mods*. Os *mods* servem muitas vezes para mostrar às empresas novos segmentos de mercado que ainda não foram explorados e que revelam um forte potencial, sendo que os jogos *MOBA* (*massive online battle arenas*) são um bom exemplo disso com a produtora *Riot Games* a investir num conceito que começou por ser um simples *mod* e lucrar num género de jogos que atualmente é jogado por milhões de pessoas. Segundo Toffler, os "prosumidores" marcam a era onde o consumidor esta mais envolvido no processo de produção, apagando a linha que separa consumidor de produtor (Toffler 1980: 275).

Outro nome de passagem obrigatória, neste caso nomes, são Henry Jenkins e Michel de Certau e o conceito de "*Textual Poachers*". Iremos falar de estes dois autores em simultâneo porque o conceito "Textual Poachers" foi inicialmente criado por Certau e foi posteriormente desenvolvido por Jenkins. Quando falo *de textual poachers*, refiro-me ao termo cunhado por Michel de Certau no seu livro "*The practice of everyday life*"[2], e que foi

[1] Junção das palavras "produtor e "consumidor"
[2] 1984

mais tarde desenvolvido por Henry Jenkins no seu livro "*Textual poachers: Television Fans and Participatory Culture*"[3].

Michel de Certau defende, no seu livro, que as audiências não eram consumidores passivos mas sim intérpretes ativos, ou seja não consumiam simplesmente aquilo que lhes era oferecido da forma que seria esperada por quem produziu esses conteúdos, "o poder", em vez disso, eles retiravam os seus próprios significados daquilo que "consumiam" de acordo com as suas crenças ou ideologias, de acordo com o seu *background*, ou seja, não eram uma massa uniforme e submissa e eram capazes de retirar os mais variados significados do mesmo produto. Eles eram "*poachers*" (caçadores furtivos) porque andavam por terrenos que não eram seus, os livros, e retiravam as riquezas que lhes interessavam desses terrenos de uma forma não permitida, ou mal vista, pelos donos dos mesmos, que queriam que os livros fossem lidos de uma determinada maneira (Certau, 1984: 166-176).

Henry Jenkins fez uso deste conceito do intérprete ativo, ou audiência ativa, e aplicou-o às culturas dos fãs no seu livro. Os fãs não são apenas intérpretes ativos, eles são também criadores ativos, eles apropriam-se de excertos dos seus textos preferidos e criam textos novos, preenchendo lacunas que não foram exploradas no texto original, ou criando histórias alternativas. O consumidor, ao ter o poder de criar a partir das suas interpretações do produto original, ultrapassa a linha que separa consumidores de produtores (Jenkins, 1992: 32-36). Ao alterarem pequenas, ou grandes, partes dos seus jogos favoritos, os *modders* podem ser considerados *textual poachers* da era digital.

Mas de que forma é que este conceito de *Textual Poachers* se pode relacionar com o conceito de *modding?* Um *modder* é um jogador ativo, ele não se limita a jogar, ele cria e modifica conteúdo de acordo com as suas necessidades, melhorando, prolongando e até mesmo dando um curso completamente diferente ao jogo, isto melhorará a sua experiencia de jogo e a dos outros jogadores. Este tipo de "jogo ativo" pode ser comparado com a caracterização que Michel de Certeau fez acerca da leitura ativa, atividade onde os leitores não se limitavam a ler o texto seguindo o sentido que o autor impunha sobre quem lia, em vez disso os leitores apropriavam-se de excertos do texto e interpretavam-nos à sua maneira, imprimindo seguimentos diferentes para as histórias, fazendo uso somente nas partes que lhes interessavam (Certau, 1984: 170). Sob este ponto de vista, um *modder* pode ser considerado um *textual poacher* da era digital, ele não joga o jogo da forma que seria esperada, ele adopta partes do jogo que lhe interessam, modifica as que não lhe interessam e é capaz de criar um experiência de jogo completamente diferente daquela que foi originalmente concebida.

[3] 1992

O próximo nome foi um dos primeiros autores a escrever um livro inteiramente dedicado aos videojogos, que olhava para os videojogos não apenas como um entretenimento ou um *hobby* mas também como um objecto de estudo relevante. Chris Crawford com a sua obra "*The Art of Computer Game Design*"[4] aborda todos os passos do processo de criação de um videojogo, desde a produção até ao lançamento. O autor mostra que "os videojogos são uma nova, mas pouco explorada, forma de arte que têm um enorme potencial e que promete muito, não só para quem os desenvolve mas também para quem os joga" (Crawford, 1982: 1). O trabalho de Crawford é considerado por muitos como sendo o trabalho que "acordou" o mundo académico para o universo dos videojogos, e que abriu caminho para o desenvolvimento de um vasto universo académico ligado a esta área[5].

A área dos videojogos pode não ser propriamente a área de investigação de Manuel Castells mas a internet é. A internet assim como o advento da chamada "*web 2.0*", por mais questionável que esse conceito possa ser, pode ser considerada como a evolução que catapultou os videojogos para uma nova era. No entanto devo salientar que quando me refiro a internet e videojogos, não estou obrigatoriamente a falar de jogos *online*, a Internet e a *Web 2.0* não se aplicam apenas a jogos *online*, no mercado atual dos videojogos, qualquer tipo de videojogo, depende bastante deste novo conceito de comunicação, tal como referiu Castells, a internet já é o meio de comunicação e de relação fundamental no qual iremos construir uma nova forma de sociedade (Castells, 2004: 205), da mesma forma que a Internet revolucionou a sociedade, ela também revolucionou o mundo dos videojogos.

Como pudemos ver ao longo deste capìtulo introdutório, são vários os autores e as teorias que podem ajudar-nos a compreender melhor o fenómeno do *modding*, estas teorias, apesar de não estarem directamente ligadas ao conceito em si, ajudam-nos a compreender melhor o fenómeno do *modding* ao introduzirem outros conceitos que fazem parte daquilo que é o conceito global de *modding*. Conceitos como individualização, modificação, personalização, partilha, inovação ou reprodução são todos conceitos que fazem parte da realidade do *modding,* como tal, esta capítulo inicial, apesar de não entrar directamente na área do *modding*, torna-se pertinente porque cede alguma luz sobre os principais conceitos que fazem parte da realidade do *modding*.

[4] 1982
[5] *Game studies*

Capítulo 2: A evolução da indústria, dos videojogos e o aparecimento do *modding*

Se o capítulo anterior serviu para olharmos para as teorias que, apesar de não estarem diretamente ligadas ao conceito, acabam por abordar conceitos que fazem parte integrante daquilo que viria a ser o *modding*, este capítulo será inteiramente dedicado à evolução dos videojogos, à evolução do perfil dos jogos, da indústria e de quem joga. Neste capítulo iremos olhar para autores, conceitos e teorias que estão diretamente ligados ao universo dos videojogos e das novas tecnologias, isto porque para percebermos melhor o *modding* e aquilo que o motiva, temos obrigatoriamente que falar dos videojogos num espectro mais global, olhar para a forma como a indústria se desenvolveu ao longo dos anos, olhar para a forma como essa evolução alterou o perfil dos jogos e dos jogadores. É importante percebermos todos estes fatores porque foi esta evolução que levou ao aparecimento do *modding*.

Se quiséssemos falar da evolução dos videojogos de uma forma bastante resumida, bastava utilizarmos alguns números e estatísticas, a indústria dos videojogos tem revelado um forte e constante crescimento ao longo dos anos, sendo atualmente considerada por muitos como o motor da indústria do entretenimento. De acordo com um estudo realizado, em 2010, pela firma Hudson Square Research[6], a indústria dos videojogos ultrapassou a indústria cinematográfica nos EUA em 2005, e a indústria musical em 2007, e os seus produtos batem recordes de vendas e lucros todos os anos como pode ser constatado no caso do videojogo *Grand Theft Auto* 4 que, de acordo com o *Financial Times*[7], a 29 de Abril de 2008 conquistou o título de maior lançamento de sempre no que toca a produtos de entretenimento, em apenas vinte e quatro horas o jogo gerou lucros na ordem dos trezentos e dez milhões de dólares, bem mais do que o livro mais bem sucedido até a altura, *Harry Potter* e os talismãs da morte, que gerou duzentos e vinte milhões de dólares em vinte e quatro horas ou o filme mais bem sucedido, *Spider-man* 3, com cento e dezassete milhões de dólares em vinte e quatro horas.

Tal como refere Larissa Hjorth, o aumento da popularidade dos videojogos a nível global, passando pelo aumento do número de plataformas e géneros disponíveis, fez com que a atividade de jogar deixasse de estar restrita a jovens rapazes ou *Otakus*[8], passando a fazer parte de inúmeras culturas populares globais partilhadas por jovens ou adultos do sexo masculino e feminino. (Hjorth, 2011: 1). No entanto para se compreender este "*boom*" da indústria torna-se necessário olhar para o que motivou esse mesmo "*boom*", ou seja,

[6] Estudo feito pela *Hudson Square Research* sobre o crescimento da indústria dos videojogos
Disponível em: http://www.dcia.info/activities/p2pmslv2010/1-6%20HSQR.pdf

[7] Artigo do *Financial Times* sobre o sucesso do lançamento do "*Grand Theft Auto 4*"
Disponível em: http://www.ft.com/cms/s/0/262d01fa-1c97-11dd-8bfc-000077b07658.html#axzz3b9TkRXFP

[8] Fãs japoneses obcecados por media

perceber o que mudou no perfil dos jogos, no perfil da indústria e no perfil de quem joga, perceber essas mudanças por sua vez permitirá perceber o aparecimento e o sucesso do *modding*.

Falar de evolução dos videojogos é também falar da evolução das novas tecnologias, como vimos no capítulo anterior, quando falámos sobre Castells e os seus trabalhos na área da internet e das sociedades em rede, a internet, ou esta nova face da internet (*Web* 2.0) desempenharam um papel fundamental no rápido desenvolvimento da indústria dos videojogos e no desenvolvimento e potencialização de uma nova forma de jogar e viver os videojogos.

O "avanço" tecnológico que permitiu esta nova forma de jogar foi a chamada *Web 2.0*. O termo "*Web 2.0*" foi cunhado por Tim O'Reilly em 1999, e está escrito entre aspas porque, tal como o próprio O'Reilley afirmou, "*Web* 2.0 não é uma tecnologia, é uma atitude" (O'Reilly, 2005), ou seja, mais do que um avanço tecnológico, *Web 2.0* define um novo conceito de navegação na Internet onde, ao contrário dos sites tradicionais onde apenas se podia visualizar conteúdo, os utilizadores podem não só visualizar como também criar conteúdo, conteúdo que pode ser partilhado com outros utilizadores da internet.

Segundo Wendy Hall, esta mudança na utilização dos *browsers* permitiu que os utilizadores tivessem uma interacção mais fácil com a rede, interacção essa que marcou o começo da navegação social (Hall, 2011: 651–664) isto foi possibilitado através de comunidades virtuais num ambiente de navegação social e que serviu de base às redes sociais que existem hoje em dia. Alguns exemplos de plataformas cuja existência só é possível por causa do aparecimento da *Web 2.0* incluem os blogues, as redes sociais, as "*wikis*", os *sites* de partilha e visualização de vídeos[9], sites de partilha de ficheiros[10] entre muitos outros. A *Web 2.0* possibilitou, no fundo, a criação de comunidades em rede, comunidades onde os indivíduos não necessitam de estar próximos fisicamente para se relacionarem entre si. No entanto a Internet e a *Web 2.0* não se aplicam apenas a jogos *online*, hoje em dia o mercado dos videojogos, qualquer tipo de videojogos, depende bastante deste novo conceito de comunicação.

Os videojogos nem sempre tiveram a importância que lhes é dada atualmente, tal como referem Ducheneaut e Moore, os jogos até há pouco tempo eram vistos como uma futilidade que servia apenas para entreter e que não merecia qualquer atenção, especialmente quando comparada com outras actividades mais produtivas (Ducheneaut, Moore, 2004: 1), no entanto com o aumento da popularidade e da dimensão da indústria dos videojogos o cenário mudou, atualmente os videojogos podem ser considerados como a indústria raínha no ramo do entretenimento, com lucros anuais em constante crescimento e

[9] *Youtube* por exemplo
[10] *Fileshare* ou *Megaupload* por exemplo

toda uma indústria que se estende para lá do simples entretenimento como os *e-sports*, a arte entre outros.

Tal como alude Larissa Hjorth, os videojogos, e as culturas de jogo que eles produzem, tornaram-se num veículo para compreender os novos *media*, não sendo mera coincidência o fato de que o crescimento do universo dos videojogos foi acompanhado pelo crescimento da importância dos *game studies*[11], sendo que o rigor e a natureza interdisciplinar do estudo dos videojogos já abordou com aptidão e eficácia vários assuntos ligados com os novos media como por exemplo o conceito da narratologia, da interatividade ou das audiências ativas (Hjorth, 2011: 1), o estudo dos videojogos começou a ganhar foco apenas na década de 1980, como tal não é de estranhar que a investigação académica nesta área não esteja tão desenvolvida como as investigações em outras áreas.

Em 2007 Ian Bogost publicou o seu livro "*Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*" um livro que aborda o tema da relevância dos videojogos na nossa sociedade, dos mecanismos retóricos e persuasivos dos mesmos, e que pretende afastar a depreciação crónica que sempre esteve associada aos videojogos, nomeadamente a visão dos videojogos como sendo algo para crianças, algo associado a tempos perdidos e que não acrescenta nada a quem joga ou à nossa sociedade. "*But videogames are capable of so much more. In addition to becoming instrumental tools for instrumental goals, videogames can also disrupt and change fundamental attitudes and beliefs, leading to potentially significant long-term social change*." (Bogost, 2007: prefácio não numerado). Esta visão do videojogo como sendo algo mais do que simples entretenimento também é defendida por outro autor de relevo na área dos *game studies*, Miguel Siccart. Entre os vários artigos que Siccart disponibiliza no seu *site*, interessa-nos particularmente o livro "*The Ethics of Computer Game Design*", um livro publicado em 2009 pelo MIT[12] e que se baseia na tese de doutoramento de Siccart, neste livro ele pretende olhar para os contornos éticos do design dos videojogos e para os próprios videojogos como sendo objectos morais "*This paper will argue for the analysis of computer games as moral objects because of the ethical values that can be imprinted in their design. Understanding the importance of design as a creative ethical activity, will allow the analysis of computer games' rethorics and the ways they are or could be used for conveying engaging ethical experiences. Understanding the morality of the digital expression can show us both the ways for new expressions, and the moral being of computer game as a form of art*." (Siccart, 2011: 1). Esta visão dos videojogos como sendo mais do que um simples jogo, como sendo um objecto multidisciplinar e complexo é precisamente um dos pontos que se pretende salientar com esta dissertação.

[11] Área que se dedica ao estudo dos videojogos
[12] *Massachussets Institute of Technology*

Podemos considerar que alguns videojogos foram desenhados para serem experiencias sociais, curiosamente, ou não, os videojogos só entraram na era do "social" precisamente quando a partilha do mesmo espaço com outros jogadores saiu de moda, o jogador hoje em dia está fisicamente sozinho mas mais acompanhado que nunca.

Esta nova face social dos videojogos, este "*Social Gaming*", foi uma evolução potenciada pela indústria, utilizadores, novas tecnologias e pelas novas formas de olhar para a internet, a chamada *Web* 2.0, da qual já falamos anteriormente, e que provocou profundas alterações no mundo dos videojogos, desde a forma como os jogadores jogam os seus jogos, até à forma como os jogos chegam até aos jogadores. Através da internet os nossos companheiros de jogo deixaram de estar no sofá e passaram a estar em todo o lado, interagimos com eles das mais variadas formas, não só nos jogos em si (*online*) mas também fora dos jogos, através dos *social media*, onde os jogadores estreitam os laços entre si e outros jogadores e onde as companhias que desenvolvem os jogos criam autênticas redes sociais para potenciar ainda mais a jogabilidade dos seus jogos, promovê-los e para manter a comunidade de jogadores coesa e ativa. Tal como refere Larissa Hjorth, este crescimento dos *social media* e das comunidades em rede fez com que aumentasse o número de estudos empíricos e etnográficos sobre as comunidades ligadas ao *gaming*, ao analisarmos estas comunidades podemos obter mais conhecimento sobre estas comunidades e indústrias criativas transnacionais do século XXI, se no século XX a televisão era tida como o meio preferido para explorar debates sobre o consumo e produção de media então no século XXI os videojogos são o sítio onde os novos modelos e práticas dos media são explorados (Hjorth, 2011: 1).

Para além das redes sociais, ou páginas de redes sociais associadas a jogos, outro aspeto importante deste *social gaming* é o fenómeno dos jogos concebidos para as redes sociais. Estes jogos, ao contrário dos jogos para consolas ou PC/*Mac*, não precisam de ser comprados ou instalados, podendo ser descarregados gratuitamente e jogados no *browser* do seu computador (desde que esteja ligado à internet) e têm uma forte componente social uma vez que os jogadores podem enviar pedidos de ajuda aos seus amigos na rede social para receberem benefícios no jogo. Cada vez mais os *social media*, com destaque para as redes sociais, têm tendência para ser o centro nevrálgico dos dias dos seus utilizadores, lá eles podem ver as notícias, podem ouvir e partilhar música, ler artigos sobre os mais diversos temas, saber o que se passa no mundo da política, da arte, da cultura, da ciência, e os videojogos não são excepção.

A fusão dos videojogos com os *social media* é outro exemplo da evolução do perfil dos videojogos e da indústria e pode ser uma das explicações para o "*boom*" que se verificou neste sector do entretenimento e que o levou a ultrapassar outros sectores como, por exemplo, o do cinema. Atenção que quando falo de fusão entre os videojogos e os

social media não falo apenas de jogos como "*Farmville*" ou "*Candy Crush Saga*", jogos que se jogam com recurso às redes sociais, falar da fusão dos videojogos e os *social media* é referir também todo um novo modelo de negócio e de uma nova forma de viver os videojogos. Para termos uma melhor noção desta nova realidade, desta nova face social dos videojogos, podemos recorrer a vários casos práticos sendo que um dos mais populares é o caso da *Capcom* e do lançamento do seu titulo "*Resident Evil* 6", um dos casos que foram destacados pelo "*Facebook studio*" como casos de sucesso no marketing dos videojogos utilizando as redes sociais[13].

O sexto título da saga "*Resident Evil*", produzido pela *Capcom*, foi um dos maiores lançamentos da saga, no entanto o seu sucesso começou a ser construído bem antes do jogo chegar às prateleiras das lojas. Quando ainda faltavam nove meses para o lançamento oficial do jogo, a *Capcom*, em parceria com a *Tangible*, criaram várias plataformas nas redes sociais para promover o seu título e transformar o lançamento do seu jogo num acontecimento massivo. Através da criação de sites e de várias páginas de *Facebook* a *Capcom* conseguiu divulgar "*teasers*" e outras pequenas antevisões do seu jogo de forma viral, aumentando as expectativas dos jogadores em relação ao jogo expectativas essas que foram sempre aumentando à medida que a empresa ia divulgando mais "*teasers*"[14] e que tiveram um impacto significativo nas pré-reservas do jogo. O "*Resident Evil* 6" foi o primeiro jogo a ser exclusivamente publicitado no *Facebook.*

Os resultados do anúncio e da consequente campanha nas redes sociais, nomeadamente no *Facebook*, levada a cabo pela *Capcom* não poderiam ter sido mais expressivos. No que toca ao anúncio, os vídeos no *Facebook* com *links* para a pré-reserva do jogo foram responsáveis por cerca de 13% das pré-reservas, sendo que o número de pré-reservas ultrapassou o objetivo mínimo estabelecido pela *Capcom* em cerca de 50%. Esta campanha levou ainda a um aumento na ordem dos 385% no número de pessoas que falavam do jogo ou da página no *Facebook*, levando ainda a um aumento de 8% no número de fãs da página do jogo com cerca de 200.000 novos fãs e um aumento de 552% no estatuto "viral" da página, o que lhe deu uma maior visibilidade. No final da campanha a página registou um aumento de 138% no número de fãs, passando de 1.726.093 para 4.109.111.

Este caso é um dos vários exemplos do universo de possibilidades e potencial latente nesta aproximação dos videojogos com as redes sociais, mais do que proporcionar jogos comunitários de fácil acesso, ela permite ligar os jogadores às empresas ou os jogadores aos jogadores, as redes sociais são uma das mais potentes formas de

[13] Artigo do *Facebook Studio* sobre o "*Resident Evil 6*"
Disponível em: https://www.facebook-studio.com/gallery/submission/resident-evil-6
[14] Pequenas revelações sobre o jogo

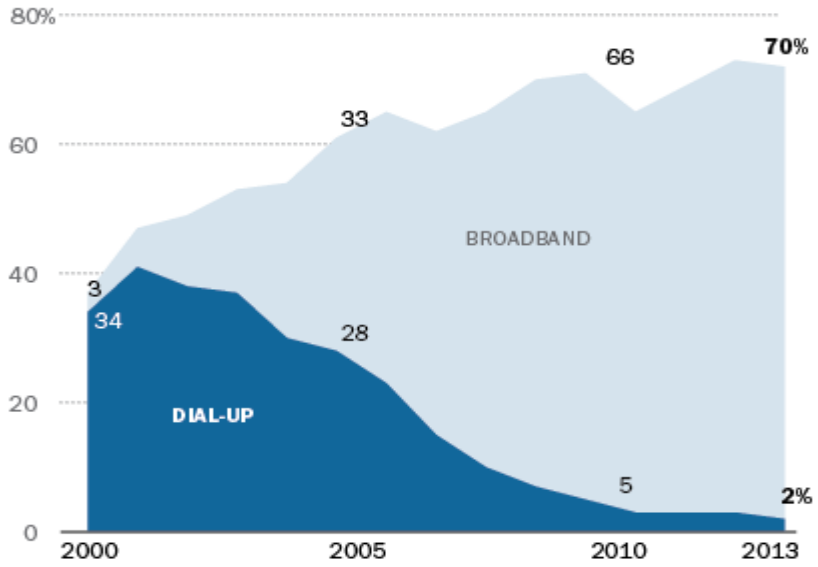
engajamento das comunidades e de promoção de títulos junto do público alvo. Os videojogos movem legiões de fãs um pouco por todo o mundo, fãs de um jogo em particular ou de uma série inteira, fãs apaixonados que acompanham o desenvolvimento dos seus jogos favoritos, que dão opiniões nos diversos fóruns, ou redes sociais, e que estão em constante contato com outros jogadores, e mesmo com os produtores dos jogos, para darem o seu contributo e para ajudarem a definir e a assegurar o futuro do seu videojogo ou saga favoritos. Este fenómeno do *social gaming*, mais do que permitir que vários jogadores de todo o mundo possam jogar e conviver, apagando as fronteiras físicas entre jogadores, permite ainda que jogadores de todo o mundo estejam em contato com os seus estúdios preferidos, apagando também as barreiras físicas que separam jogadores da indústria.

Tal como refere Elizabeth Harper, desde o tempo em que os jogadores jogavam na arcada rodeados pelos nossos amigos até aos dias de jogo solitário no sofá, ficamos com a impressão que quem joga videojogos é uma pessoa cada vez mais solitária, no entanto isso não quer dizer obrigatoriamente que os videojogos ou os jogadores não sejam sociais (Harper, 2003)

Se formos à procura das bases deste "*social gaming*", o ideal seria ter em atençâo aquilo que tornou possível este mesmo fenómeno, a internet. No entanto não se trata de olhar para a internet como se a sua existência por si só fosse a causa para o aparecimento do *social gaming* ou do fenómeno da *Web* 2.0, mas sim olhar para o crescimento da internet e pela sua acessibilidade. Foi este crescimento da internet e acima de tudo a melhoria no acesso à internet (através do aparecimento das ligações de banda larga na maioria dos lares) que permitiu a transição de um modelo de jogo *offline* para um modelo de jogo preferencialmente *online*. Esta mudança ilumina um dos pontos principais na evolução dos videojogos, as novas tecnologias, ou melhor, a disponibilidade e melhoria no acesso às novas tecnologias como um dos pontos-chave para o rápido crescimento dos videojogos. Existem vários dados e estudos que ligam estas duas variantes, como por exemplo o estudo feito em 2014 pela *Pew Research*[15], e que mostra a evolução do acesso à internet nos EUA entre 2000 e 2013.

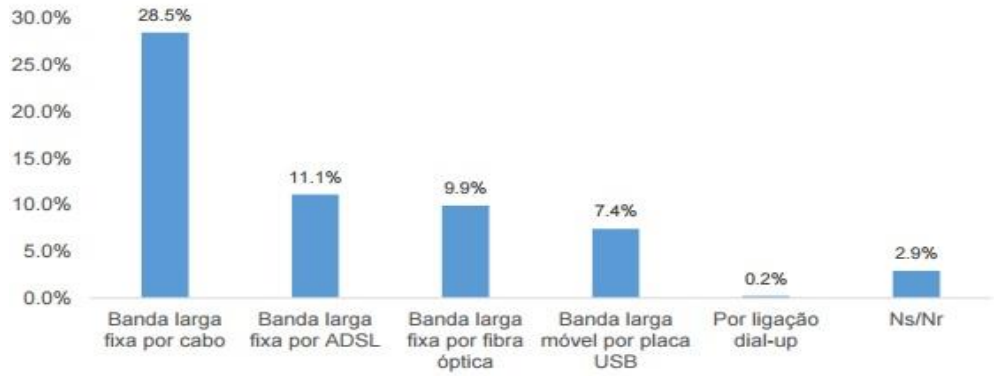
Este estudo revelou que cerca de 58% dos americanos jogam e que a grande maioria joga *online*, sendo que este crescimento do jogo *online* está diretamente relacionado não só com o aumento de ligações à internet nos lares americanos mas também na melhoria do acesso à internet de banda Larga. Esta rápida difusão da internet e da melhoria das condições de acesso, não só nos EUA mas um pouco por todo o mundo, refletiu-se na indústria com uma crescente aposta em títulos *online*.

[15] Artigo da *Pew Research* sobre o crescimento do uso e da acessibilidade da internet nos EUA Disponível em: http://www.pewresearch.org/fact-tank/2013/08/21/3-of-americans-use-dial-up-at-home/



(Quadro 1.2 - Quadro presente no artigo da Pew Research e que ilustra a percentagem de americanos com mais de dezoito anos que acedem à internet a partir de banda larga ou ligações telefónicas entre 2000 e 2013)

Se quisermos dados sobre a evolução do tipo de acesso à internet em Portugal podemos recorrer ao estudo "A Internet em Portugal" feito em 2014 pela OberCom[16], como podemos constatar através do seguinte quadro onde podemos verificar que, tal como nos EUA, em Portugal também podemos verificar uma transição das ligações mais rudimentares (*dial-up*) para as ligações com maior capacidade e velocidade (banda larga ou fibra ótica), sendo que, em 2013, a grande maioria dos lares (28,5%) já possui uma ligação de banda larga por cabo seguidos pelos lares com banda larga ADSL (11,1%) e pelos lares que já possuem fibra ótica (9,9%).



(Quadro 2.2 - Quadro presente no estudo realizado pela OberCom e que ilustra a o tipo de ligação à internet nos lares domésticos em Portugal em 2013)

De referir ainda que quando se refere a crescente aposta em títulos *online,* como reflexo da rápida difusão da internet e da melhoria das condições de acesso à mesma, não se está a falar de títulos estritamente *online* mas também de jogos *singleplayer* que

[16] Estudo feito pela OberCom disponível em: http://www.worldinternetproject.net/_files/_Published/_oldis/338_internet_portugal_2014.pdf

possuem componentes *online*[17] ou de jogos exclusivamente *singleplayer* mas que beneficiam de ligações à internet - como é o caso dos jogos da saga "*The Elder Scrolls*" que, apesar de serem exclusivamente *offline* até 2014[18], beneficiavam bastante de uma ligação à internet como veremos mais tarde.

No entanto o crescimento da internet e da sua acessibilidade não se reflectiu apenas nos títulos, refletiu-se também na indústria, nomeadamente na utilização dos *social media* como meio de promoção dos jogos e engajamento de jogadores. Novamente as novas tecnologias voltam a estar presentes com plataformas como o *Facebook*, o *Twitter* ou o *Youtube* a servirem como rampa de lançamento para novos títulos, capazes de atingirem milhões de visualizações em poucas horas e de atingirem um público bastante vasto graças às partilhas e aos *tags*[19]. Existem vários dados e estudos de caso, como vimos anteriormente com o caso da *Capcom*, que comprovam o papel dos *social media* no sucesso da indústria dos videojogos, no caso da *Capcom* a utilização das redes sociais para várias iniciativas de divulgação do seu título levaram as pré-reservas do jogo a excederem os objetivos da empresa em 50%. Tal como refere Megan Carriker, as empresas de videojogos hoje em dia usam os *Social Media* como principal meio de comunicação para passarem informações ou notícias sobre os seus jogos, obter *feedback* dos fãs e manter as comunidades de fãs coesas e ativas (Carriker, 2011).

Mas não foram apenas os jogos ou a indústria que mudaram com o crescimento da internet, esta evolução também provocou alterações no perfil e nos comportamentos de quem joga. Tal como referi na introdução os jogadores deixaram de estar isolados nos seus sofás, à frente das suas consolas ou dos seus PC, apesar do jogo cooperativo local (várias pessoas na mesma consola) ter saído de moda, podemos afirmar que os jogadores jogam mais acompanhados do que nunca, seja nos jogos *online* onde convivem diretamente com jogadores de todo o mundo ou indiretamente, através dos *social media*, fóruns ou outras comunidades de jogadores, mesmo nos jogos *offline*, os jogadores estão sempre *online*. Tal como refere Kristian Bannister, quando a *Sony* revelou que o comando para a *Playstation* 4 ia incluir um botão de "partilha" que ia permitir aos utilizadores partilharem as suas experiências de jogo com os seus amigos nas redes sociais, a companhia reconheceu que as redes sociais são um elemento chave nos videojogos atuais e que os jogadores estão ansiosos por partilharem as suas experiências com o mundo (Bannister, 2013).

O sucesso da aproximação entre as redes sociais e os videojogos criou uma mudança no paradigma de jogo, passou-se do isolado para o social, e a prova disso é o

[17] *Call of Duty* por exemplo
[18] Ano em que foi lançado o MMORPG Elder Scrolls online
[19] Associar um determinado conteúdo de media a uma palavra-chave para facilitar a sua pesquisa

aparecimento constante de jogos sociais[20] que angariam milhares de jogadores, redes sociais para jogadores[21] e do aumento do marketing dos videojogos nas redes sociais, com as páginas das companhias a alcançarem e angariarem um elevado número de fãs e de circulação de conteúdos.

Tal como menciona Elisabeth Harper, à medida que o acesso à internet de alta velocidade se difundiu pelas casas das pessoas, os jogadores abraçaram a partilha social das suas atividades enquanto jogadores, da sua experiência de jogo, hoje em dia é possível jogar com estranhos e ao mesmo tempo partilhar as experiências desse jogo com os nossos amigos nos *social media*, é um bocado como estar de novo na arcada, mas agora a arcada é global (Harper, 2013).

O rápido desenvolvimento e acessibilidade das novas tecnologias e da internet criou uma verdadeira rede global de criação e partilha de conteúdos, citando Wendy Hall, este avanço na tecnologia, especialmente na tecnologia dos *browsers* de Internet, permitiu que os utilizadores tivessem uma interacção mais fácil com a rede, interacção essa que marcou o começo da navegação social (Hall, 2011). As pessoas já não estavam limitadas apenas a ver conteúdos, agora podiam ver, criar e editar conteúdos, conteúdos esses que depois seriam partilhados com os seus amigos ou com o mundo inteiro, o mesmo se pode dizer dos jogadores, com a expansão do *online* e a crescente acessibilidade das novas tecnologias os jogadores já não eram apenas um agente passivo, já não se limitavam apenas a consumir, a jogar, os jogos que compravam, eles passaram a modificar os seus jogos, a criar jogos novos a partir de jogos antigos, a criar filmes e séries, a criar guias e enciclopédias, tudo isto depois seria partilhado com outros jogadores e, claro, com todo o mundo através dos *social media.* Tal como referem Egenfeldt-Nielsen, Heide Smith e Pajares Tosca, apesar de nós estarmos conscientes de que os jogos servem sobretudo para entreter, os outros usos para os videojogos começam a ser mais notórios atualmente, os jogadores retiram muito mais do que simples diversão dos seus jogos, os jogos são experiências sociais onde eles, os jogadores, aprendem com os seus videojogos e desenvolvem capacidades que antes não possuíam ou não conseguiam desenvolver (Egenfeldt-Nielsen, Heide Smith e Pajares Tosca, 2008: 205).

[20] *Farmville* ou *Candy Crush* por exemplo
[21] Rockstar Social Club ou Raptr por exemplo

Capítulo 3: O *modding*

O *modding*, tal como refere Rafi Letzter, é apenas um jargão para "*modification*" ou modificação, uma atividade onde os fãs entram pela porta traseira dos seus jogos favoritos e corrigem erros, melhoram os gráficos e introduzem outros elementos (Letzter, 2015). Acima de tudo um *modder* é um fã, como os fãs de música que fazem as suas versões ou misturas das suas músicas preferidas, ou como os fãs de literatura que criam as suas próprias ficções baseadas nas suas obras preferidas, e tal como esses fãs o *modder* possui um objecto de *fandom* (Jenkins, 1992): videojogos. Tal como refere Münch, os modders estão para os videojogos como os *hackers* estavam para o desenvolvimento do PC (Münch, 2013: 2).

No entanto ser um fã de videojogos não implica que uma pessoa seja obrigatoriamente um *modder*, muitos jogadores podem ser os maiores fãs de um determinado jogo e no entanto não sentem necessidade de o modificar, ou porque não têm as capacidades necessárias para o fazer, ou porque não têm tempo, ou porque sabem que alguém o irá fazer por eles. Um *modder* pode ser considerado como sendo um jogador ativo, visto que este não se limita a jogar: ele cria e modifica conteúdo de acordo com as suas necessidades, melhorando, prolongando e até mesmo dando um curso completamente diferente ao jogo, isto melhorará a sua experiencia de jogo e a dos outros jogadores.

A atividade de um *modder* pode abranger várias áreas e assumir várias formas: podem preencher lacunas que se encontravam presentes no jogo original, conseguem adicionar conteúdo ou modificar certas partes da história (ou até mesmo a história toda) e também conseguem corrigir *bugs*[22] que possam ter passado pelos *beta testers*[23]. Seja a criar, a alterar ou a corrigir, podemos considerar que os *modders* passaram a ser um elemento que começou a fazer parte de quase todos os franchises de videojogos, sendo idolatrados por outros jogadores e apreciados pela indústria que tem vindo a adoptar uma postura cada vez mais colaborativa em relação aos *modders*, chegando mesmo a recompensar o seu trabalho, tal como refere Merlin Münch, através da sua atividade, os modders transformaram-se numa constante fonte de inovação para a indústria e as suas inovações também têm um efeito benigno nos jogos porque são uma forma de aumentar a longevidade e o interesse nos mesmos (Münch, 2013: 2).

O *modding* pode ser interpretado como o ato de modificar algo. Não é um termo que signifique única e exclusivamente a modificação de *software* (videojogos ou outros programas), tal como refere Mark Wolf, as modificações para videojogos, ou *mods*[24], são as

[22] Erros de programação no jogo
[23] Jogadores que testam o jogo antes de este ser lançado
[24] Abreviatura de *modifications*

formas que os jogadores arranjam para modificar os conteúdos dos seus videojogos. No entanto de uma forma mais abrangente os *mods* também podem abranger *hardware* e a interface do utilizador (Wolf, 2012: 235). Ou seja, mais do que algo relacionado com *software*, *modding* também pode ser aplicado a *hardware* e a outros conceitos fora do mundo dos computadores (como nos automóveis por exemplo, onde é mais conhecido por *tuning*) mas vamos voltar ao *modding* de software, mais precisamente ao *modding* de videojogos porque é isso que nos interessa.

O *modding* consiste na alteração do código de um videojogo de forma a que este funcione de forma diferente daquela que estava prevista, estas alterações são designadas de "*mods"*. Os *mods* não estão sujeitos a um género especifico de videojogos, mas pode ser considerado que eles proliferam mais em alguns estilos de jogos do que em outros, nomeadamente nos RPG's (*roleplaying games*) como pode ser constatado pela quantidade de *mods* disponível no portal *Nexus* da saga "*Elder Scrolls*"[25] ou nos FPS's[26] como pode ser constatado pelo sucesso de *mods* como "*Counter Strike*"[27] ou o "*DayZ*"[28].

Atualmente uma grande parte dos jogos já são criados a pensar nos *modders*, e no valor acrescentado que estes podem acrescentar aos jogos, como tal existem diversas empresas, como a *Bethesda Softworks* ou a *Valve*, que oferecem um vasto leque de ferramentas[29] e tutoriais para explicar os básicos do *modding* para facilitar o trabalho dos *modders*, no entanto isto não quer dizer que estes programas façam tudo por nós, o *modding* continua a ser um processo muito complexo, que exige alguns conhecimentos de programação, especialmente para *mods* mais avançados (conversões totais de jogos por exemplo) e acima de tudo exige tempo e paciência.

É importante referir que quando falamos de *modding* de videojogos estamos a falar obrigatoriamente de jogos para a plataforma PC, ainda não existem maneiras legais de modificar os jogos para as consolas. Tal como Patrick Wolf refere, o modding de *hardware* é frequentemente usado nas consolas para permitir que estas leiam jogos pirateados ou outros conteúdos sem licença (Wolf, 2012: 236). Os primeiros passos para que o *modding* legal nas consolas seja uma realidade já foram dados, nomeadamente através de jogos híbridos[30], dos quais falaremos mais adiante, da proposta da *Bethesda* de implementar suporte para *mods* na versão para consola de *Fallout 4*, ou, se quisermos andar um bocado para trás no tempo[31], através do projecto *Net Yaroze*, uma versão especial da consola *Playstation* lançada pela *Sony*, com código aberto, especialmente para quem quisesse criar

[25] Portal dedicado à publicação e partilha de mods feitos pelos jogadores da série
[26] First person shooters
[27] Mod para o *Half Life*
[28] Mod para o *Arma 2*
[29] Creation Kit para o Skyrim por exemplo
[30] *Little Big Planet* ou *Modnation Racers*
[31] Em 1997

conteúdo para a consola, sendo que os melhores conteúdos eram depois disponibilizados em *demos* oficiais. Também é importante referir que os *mods*, mesmo as conversões totais, nunca podem funcionar sem o jogo base. São poucos os casos onde os *mods* funcionam sem o jogo base, e tal só aconteceu porque o *mod* atingiu um certo nível de popularidade que o estúdio que criou o jogo base decidiu comprar os direitos do *mod* e lançá-lo como jogo *standalone*[32] - um exemplo deste fenómeno aconteceu com o *mod* "Counter strike". Os *mods* também não podem ser vendidos ou usados para fins comerciais privados pois tal constitui uma violação do *copyright* dos videojogos, no entanto algumas companhias têm vindo a implementar, ou pelo menos tentam, modelos que recompensem o trabalho dos *modders*.

O *modding* de videojogos, tal como referi anteriormente, pode assumir várias formas e ter vários propósitos. Tal como refere Patrick Wolf, um *mod* pode alterar sons, gráficos, mapas, mecânicas de jogo, narrativas, modos de jogo e a física do próprio jogo (Wolf, 2012: 235). O *modding* pode ser meramente estético, onde os *modders* criam *skins*[33] para alterar o aspecto das personagens do jogo (roupas, cabelo, acessórios) ou *skin packs*[34] que modificam várias texturas do jogo ao mesmo tempo e que são mais cómodos para os jogadores porque poupam o trabalho de terem que alterar e aplicar as *skins* uma a uma. Dentro do *modding* estético é importante referir também os *mods* de texturas e os *mods* para as interfaces do utilizador[35] que alteram o aspeto do jogo (texturas diferentes para paredes, chão, meio ambiente) e a sua interface (menus diferentes) tal como as *skins*, as texturas podem ser aplicadas individualmente ou através de *texture packs*. Os *mods* estéticos podem ser considerados como sendo os mais populares entre os jogadores (com mais *downloads*) não só porque são os mais fáceis de aplicar, mas porque estes não interferem com o motor do jogo, limitando-se apenas a modificar aspectos visuais. Tal como Patrick Wolf refere, os *mods* para as *UI* são maioritariamente feitos para jogos do género *MMORPG* e adicionam funções à interface que não estavam previstas (Wolf, 2012: 236).

Para além de darem uma cara nova ou alterarem os jogos, os *modders* também podem corrigir alguns erros que estão presentes no jogo e que escaparam aos *beta testers* - o que acontece com cada vez mais frequência visto que as companhias são obrigadas a encurtar cada vez mais os prazos para o lançamento dos jogos devido à competitividade no mercado. Estas correcções feitas aos jogos pelos *modders* são denominadas de *unnoficial patches*. Um *patch*[36] é uma acção feita pelo estúdio que desenvolve o jogo quando os jogadores reportam a existência de erros através de *feedback* (regra geral este *feedback* é

[32] Deixou de ser um mod para ser um jogo independente do jogo original
[33] "Peles" para modifcar a aparência de determinados objetos no jogo
[34] Pacotes de várias "peles"
[35] *UI* ou *User interface*
[36] "Remendo" ou correcção para o jogo

feito nos fóruns do jogo), estes são os *patches* oficiais, sendo descarregados automaticamente assim que o jogo se ligar à internet. Os *modders* criam os *unnoficial patches* por várias razões. Nomeadamente quando o estúdio não reconhece ou não resolve um determinado erro ou problema, ou porque o erro não é grave o suficiente para justificar um *patch*, ou porque o jogo já é antigo e o estúdio já não produz conteúdo para o mesmo, sendo que estes *patches* tèm que ser descarregados e instalados manualmente.

Os *mods* podem ter uma vertente mais artística, nestes casos os *modders* modificam o jogo não para melhorar a sua jogabilidade mas converter o jogo numa plataforma de criação artística, que vão usar para criar filmes, paródias e outros formatos de animação, usando ferramentas de edição de vídeo para editar as imagens que capturam enquanto jogam, estes *mods*, tal como refere Patrick Wolf, têm um publico alvo diferente, sendo que muitas vezes os trabalhos finais são expostos como obras de arte (Wolf, 2012: 237) nestes casos os *modders* modificam o jogo não para melhorar a sua jogabilidade mas para converter o jogo numa plataforma de criação artística, que vão usar para criar filmes, paródias e outros formatos de animação, usando ferramentas de edição de vídeo para editar as imagens que capturam enquanto jogam, voltando a citar Wolf, um bom exemplo é o *mod* para o *Half Life 2* "*Dear Esther*" uma narrativa interactiva, que foi reconhecida pela sua história, e pelo mundo que criou, e que foi exposta na *Ars Electrónica animation exhibition* de 2008 (Wolf, 2012: 237). Estes *mods* são popularmente designados de *machinima*.

Agora que já se abordaram as quatro vertentes principais do *modding*, que também podem ser designadas de conversões parciais[37], vale sempre a pena recordar que um *mod* pode incluir vários tipos de modificações num só pacote. Isto é o que acontece, por exemplo, com aquilo que Patrick Wolf designa por "conversões totais" (Wolf, 2012: 236). Uma conversão total[38] é um *mod* que altera por completo os aspectos estéticos de um jogo e alguns elementos do seu motor de jogo, o que proporciona uma experiencia de jogo completamente diferente da original.

Segundo Walt Scacchi, os jogos de computador podem ser vistos como o maior exemplo das potencialidades das inovações levadas a cabo pelos utilizadores (Scacchi 2010). Isto pode ser verificado ao olharmos com atenção para alguns dos jogos ou géneros mais populares no mercado atual, para o jogador mais casual isso pode não ser perceptível, mas alguns dos maiores êxitos no campo dos videojogos começaram ou foram inspirados por modificações, que, devido à sua popularidade, foram capazes de criar tendências de mercado.

[37] Só alteram algumas partes do jogo

[38] Um exemplo perfeito de uma conversão total é o mod "*Counter strike*", um mod que foi desenvolvido para o jogo "*Half Life*" e que transformou o universo alienígena do jogo num combate entre terroristas e forças das operações especiais que revolucionou os jogos online e que entrou para a história como um dos jogos *online* mais jogados de sempre.

De entre os vários exemplos que poderiam ser referidos, iremos olhar para um dos grandes fenómenos dos últimos anos e que continua a conquistar milhões de jogadores todos os anos, este fenómeno são os jogos *MOBA*[39]. Pode parecer mentira, mas o primeiro jogo do género surgiu na década de noventa, chamava-se "*Aeons of Strife*" e era um *mod* para um mapa do popular jogo de estratégia, produzido pela *Blizzard*, "*Starcraft*". No entanto não foi o "*Aeons of Strife*" que catapultou o género *MOBA* para o estrelato. Os louros desse feito vão para o *mod* "*DOTA*"[40] criado em 2003, e que, tal como o "*Aeons of Strife*", é também um *mod* para um mapa de um jogo de estratégia, também produzido pela *Blizzard*, o "*Warcraft* 3". Este *mod* granjeou uma popularidade tão grande que inspirou todo um vasto leque de outros *mods*. Em 2009 saiu o primeiro jogo *standalone* do género "*Demigod*" e no mesmo ano a *Riot Games* lançaria aquele que é considerado por muitos como o rei do género, "*League of Legends*", cunhando no mesmo ano a palavra "*MOBA*" para definir este género de jogos. Para termos uma melhor ideia de como um simples *mod* foi capaz de criar uma tendência de mercado, basta ver que entre 2009 e 2013 foram produzidos quinze jogos *MOBA*, sendo que um deles, o "*League of Legends*", de acordo com a *PC Gamer*[41], conta com cerca de vinte e sete milhões de utilizadores ativos todos os dias.

Os jogos *MOBA* são o exemplo perfeito que ilustra o papel dos *modders* não só como consumidores mas também como "prosumidores (Toffler, 1980), mas existem outros exemplos, nomeadamente o *mod* que permitiu aos jogadores do jogo "*Elder Scrolls V: Skyrim*" produzirem as suas próprias flechas a partir dos recursos que já se encontravam disponíveis no jogo para a criação de outras armas, este *mod* surgiu porque um dos reparos feitos aos criadores pelos jogadores do jogo foi a escassez de munições para os personagens que preferiam usar arco e flecha, sendo que estes ou compravam as suas flechas nas lojas ou tinham que apanhá-las dos corpos dos inimigos, o que não fazia sentido visto que o jogo permitia a criação de arcos mas não permitia a criação de flechas. O *mod* tornou-se tão popular que a *Bethesda*[42] acabou por incorporar o *mod* numa expansão oficial para o jogo.

[39] *Massive online battle arenas*
[40] *Defense of the ancients*
[41] Artigo da PCgamer sobre o "League of Legends"
Disponível em: http://www.pcgamer.com/27-million-people-play-league-of-legends-every-day/
[42] Estúdio que desenvolveu o jogo

Capítulo 4: Cultura participativa e os Impactos do *modding* na indústria e legislação

Tendo em conta todos os aspetos sublinhados nos pontos anteriores, não seria de estranhar se a indústria dos videojogos olhasse para os *modders* com bons olhos e que tentasse fomentar essa cultura participativa entre quem joga os seus jogos. Podemos dizer que a indústria dos videojogos olha para os *modders* como uma espécie de *lead users.* Como Von Hippel refere, os *lead users* estão na vanguarda do mercado no que toca a modas, os produtos que eles desenvolvem para o seu uso próprio podem agradar a muitos mais utilizadores, e como tal poderão providenciar bases sólidas para a criação de um produto para ser comercializado no futuro (Von Hippel 2005: 4). Para as empresas, os *modders* podem ser uma fonte de inspiração e matéria-prima viável para os produtos que irão desenvolver no futuro.

Atualmente a maior parte dos jogos são criados já a pensar nos *modders*, as empresas desenvolvem kits e plataformas de *modding* que são incluídas no pacote do jogo e que facilitam a vida a todos aqueles que estejam interessados em modificar o jogo.

No entanto essa cultura participativa é muito mais do que aquilo que começou por ser, tal como afirma Hector Postigo, ao contrário das culturas participativas tradicionais, os *modders* e o *modding* ultrapassam a linha entre produção profissional e produção amadora, estão mais intimamente ligados à indústria e isso pode ser verificado pelos meios tecnológicos que a industria coloca ao dispor dos *modders* e pela forma como o *modding* em si já vem incorporado de raiz na maioria dos jogos e no modelo de negócio das empresas (Postigo, 2010), no entanto é debativel se o facto de esses meios serem disponibilizados faz com que as pessoas procurem entrar no mundo da criação desses mesmos conteúdos, ou se quem o faz já tem uma certa predisposição, e conhecimentos, para o fazer.

De facto podemos considerar que os *modders* são os fãs que se relacionam de uma forma mais íntima com a indústria que fornece os produtos do seu *fandom*, se antes o *modding* podia ser considerado como sendo apenas um *hobby*, ou uma forma que os fãs tinham para expressar a sua paixão por um determinado produto, a verdade é que hoje em dia o *modding* é muito mais do que uma prática levada a cabo por fãs dedicados, os *modders* representam uma fonte de conteúdo imensurável, conteúdo que muitas vezes tem um potencial muito grande e que acrescentará muito mais valor aos produtos originais e, tal como refere Hector Postigo, os *modders* são atualmente uma mão de obra (paga ou gratuita) extremamente valiosa para a indústria (Postigo 2010).

Se antes o *modding* era algo opcional, atualmente pode ser considerado como uma parte integrante e até crucial na maior parte dos jogos[43]. Em 2014 a secção da plataforma *Nexus* que se dedica exclusivamente ao quinto capitulo da saga "*The Elder Scrolls*" conta já com mais de seis milhões de membros, mais de trinta mil *mods* diferentes e um total de trezentos e noventa milhões de *downloads*, se juntarmos aos números do "*Skyrim*" os números dos outros dois capítulos mais importante da saga (*Morrowind* e *Oblivion*) atingimos o valor de sessenta e um mil *mods* e uns impressionantes quinhentos e dezoito milhões de *downloads*.

Juntando todos estes números, podemos afirmar que que os *modders* e o *modding* têm algum impacto na indústria, Olli Sotamaa afirma mesmo que os *mods* para além de serem uma importante fonte de inovação, são também uma boa forma de cortar nos custos em investigação e desenvolvimento e também nos custos de marketing, uma vez que esse trabalho começa a ser feito, quase de forma inconsciente, pelos *modders* e os seus *mods* (Sotamaa, 2007).

Para melhor ilustrar este impacto que os *modders*, e os seus *mods*, têm na indústria dos videojogos iremos agora falar do *mod* "*DayZ*", um *mod* desenhado para o simulador militar "*Arma 2*".

O "*Arma* 2" é um *FPS* que foi desenvolvido pela *Bohemia Interactive Studios* e lançado no mercado em 2009. Com uma média de setenta e sete pontos no *Metacritic*[44]. Na altura do seu lançamento, o jogo manteve uma base estável de jogadores mas, mesmo sendo um jogo sólido, não provocou um grande alvoroço. Se avançarmos no tempo, até 2012 para ser mais especifico, a história ganha outra cor, com o jogo a bater recordes de vendas e a ser uma presença constante no top dez das vendas na plataforma *Steam*[45]. Tudo isto por causa de um *mod* que começou por ser um projeto independente, desenvolvido por um dos membros da equipa da *Bohemia Interactive Studios*, Dean Hall, um *mod* que convertia o simulador militar num ambiente apocalíptico onde o jogador, sozinho ou com outros jogadores no modo *online,* teria que sobreviver num mundo repleto de mortos vivos, sendo que o único objectivo do jogo era o de sobreviver o máximo de dias possível. Para termos uma melhor noção do impacto que este *mod* teve nas vendas do jogo original, vamos analisar os dados recolhidos pelo site *Raptr*, é importante salientar que este

[43] Como se verificou na altura do lançamento do quinto capitulo da saga "*The Elder Scrolls*", um dos jogos mais esperados de 2011, onde mesmo depois de terem adquirido o jogo, jogo que por si só pode oferecer umas sólidas trezentas horas de jogo, os jogadores invadiram os fóruns a perguntar quando seria lançado o *Creation kit* porque queriam modificar o jogo, ou utilizar *mods*, mesmo antes de o terem completado.

[44] Plataforma online que classifica produtos como jogos, filmes ou musica baseando-se nas criticas feitas a esses mesmos produtos

[45] Plataforma online de distribuição digital de videojogos que pertence à *Valve*

mod não teve qualquer tipo de publicidade e encontrava-se em estado *Alpha*[46] quando foi descoberto pela comunidade.

Segundo o estudo efectuado pelo website *Raptr*[47], só no primeiro mês depois do lançamento do *mod* "*DayZ*", as vendas do "*Arma* 2" cresceram 400%, em quatro meses cerca de um milhão de jogadores já tinham jogado o *mod*, com apenas uma semana desde o lançamento do *mod*, o número de utilizadores diários ativos do "*Arma* 2" cresceu 36%, um mês depois o número cresceu para os 847%, o *mod* trouxe ainda cerca de 106% de novos utilizadores em apenas uma semana, no espaço de um mês esse numero subiu para os 1343% sendo que estes novos utilizadores representavam cerca de 15% dos jogadores activos.

Estes números ilustram a capacidade que os *modders* e os seus *mods* têm de ressuscitar jogos, muito tempo depois do seu lançamento, quando estes aparentavam ter estagnado completamente, o que é crucial para uma indústria onde as empresas só sobrevivem se conseguirem retirar o máximo de proveito dos seus produtos no seu tempo útil de vida. Os *mods*, apesar de não gerarem lucro de forma direta para as empresas quando são descarregados da internet, podem fazê-lo de forma indirecta, como constata Olli Sotamaa, uma vez que os jogadores, em alguns casos, precisam dos jogos originais para poderem jogar os *mods* e muitas vezes esses *mods* abrem caminho para o desenvolvimento de expansões oficiais para os jogos, expansões essas que exploram a propriedade intelectual desenvolvida pelos *modders* e que, ao contrário dos *mods*, são pagas (Sotamaa, 2007).

Tendo em conta o valor da atividade produzida pelos *modders*, o seu impacto na indústria e o facto de a maior parte deste trabalho ser feito de forma gratuita e beneficiar direta ou indiretamente as empresas que produzem videojogos, é natural que estas queiram fomentar esta atividade e incentivar o maior numero de fãs possível a abraçar o *modding*.

Como constata Sotamaa, uma das melhores formas para as empresas promoverem a pratica do *modding*, e ao mesmo tempo estreitarem laços com a comunidade, é a criação de concursos, como é o caso do "*Make Something Unreal*" promovido pela *Epic Games* (Sotamaa, 2007).

Estes concursos como Sotamaa menciona podem ser comparados com alguns concursos populares da televisão, tais como os *Ídolos* ou o *Factor X*, uma vez que eles dão uma oportunidade a quem participa de mostrar o seu talento e, talvez, conseguir entrar na indústria, mas acima de tudo quem sai a ganhar é a própria indústria e as empresas que

[46] Fase inicial de desenvolvimento

[47] Estudo feito pela Raptr sobre o jogo "*Day-Z*"
Disponível em: http://caas.raptr.com/how-dayz-brought-arma-ii-back-to-life/

promovem esses concursos, não só porque as competições por si só são uma excelente campanha de marketing que atrai atenções para um determinado jogo, mas porque a propriedade intelectual criada pelos *modders* poderá ser usada pelas empresas se assim o entenderem (Sotamaa, 2007).

Pode parecer uma situação injusta mas ambas as partes saem beneficiadas visto que estes eventos promovem o trabalho dos *modders*, com os melhores *mods* a receberem consideráveis prémios monetários, contratos de trabalho para os *modders* responsáveis e em alguns casos os *modders* recebem mesmo licenças por parte das produtoras para desenvolverem os seus próprios jogos em versão *standalone* como aconteceu com os *modders* que fazem parte da *Tripwire* e que venceram o "*Make Something Unreal*" com o seu *m*od "*Red Orchestra*" para o "*Unreal Tournament* 2002/2003", a vitória valeu-lhes não só um prémio de cinquenta mil dólares, que foi dividido pela equipa de *modders*, mas também a licença para usarem o motor "*Unreal*" para desenvolverem um jogo. A *Tripwire* conseguiu um acordo com a *Steam* para vender o seu jogo, produziu uma versão *standalone* do seu *mod*, e só no primeiro dia de vendas o jogo gerou lucros suficientes para cobrir todos os custos de produção, vendendo seiscentas mil cópias e arrecadando inúmeros prémios e uma legião de fãs.

A prática do *modding*, sendo uma prática que envolve a utilização de propriedades intelectuais pertencentes a terceiros, está sempre sujeita a alguma polémica e os *modders*, inadvertidamente ou não, às vezes acabam por ser processados pelos detentores dos direitos das respetivas propriedades intelectuais.

Um caso particular foi o caso que ocorreu em 2009 e opôs a *Square Enix* a um grupo de *modders* que se chamava *Kajar Laboratories*. Os elementos deste grupo de *modders* dedicaram vários anos de trabalho para criarem um *mod* para o jogo "*Chrono Trigger*" lançado pela *Square Enix* em 1999. O *mod* chamava-se "*Chrono Trigger: Crimson Echoes*" e era uma sequela para o jogo original, uma sequela que os fãs da série desejavam mas a *Square Enix* nunca proporcionou. O *mod* proporcionava entre trinta e cinco a quarenta horas de jogo, cerca de dez finais diferentes e ia ser distribuído gratuitamente, sem qualquer lucro para os *modders*. No entanto, pouco tempo antes do lançamento, o grupo de *modders* foi surpreendido por uma acção judicial por parte da *Square Enix* onde a empresa sublinhou que qualquer adulteração ou modificação de jogos é uma atividade ilegal e que qualquer ato que possa danificar a propriedade intelectual através da violação do *copyright* da mesma pode ser punido com multas até cento e cinquenta mil dólares. A *Square Enix* exigiu ainda a cessação de todas as atividades do grupo que envolvessem a sua propriedade intelectual assim como a destruição de todas as cópias do *mod*.

Como Roger Alan Altizer refere, as relações entre a comunidade de *modders* e as empresas tendem a ser pacíficas, visto que ambas as partes ficam a ganhar com esta

cultura participativa (Altizer, 2013: 2-3). De facto, como vimos anteriormente os *modders* são fãs que são extremamente leais aos objetos do seu *fandom*, participando ativamente na sua divulgação e desenvolvimento, o *modding* surge como uma forma de expressão criativa e de demonstração do seu amor por um determinado jogo, por outro lado as empresas vêm as vendas dos seus jogos a disparar por causa dos *mods* e consequentemente conseguem prolongar o ciclo de vida dos seus produtos e ao mesmo tempo conseguir nova propriedade intelectual e contratar potenciais colaboradores.

Como constata Roger Altizer as relações entre as companhias e os *modders* costumam ser pacíficas. As empresas criam ***EULA's***[48], para regular aquilo que os *modders* podem ou não fazer, e criam fóruns onde a comunidade de *modders* se pode reunir para aprender as regras e adquirir as ferramentas e algumas dicas necessárias para se iniciarem no *modding* de um determinado jogo, por sua vez os *modders* criam e partilham conteúdo, compram os jogos das empresas e, até certo ponto, mantêm uma comunidade que se auto-regula (Altizer, 2013: 3-4).

As coisas mudam de tom quando os *modders* ultrapassam os limites dos ***EULA's*** o que acontece algumas vezes porque nem todas as empresas têm a mesma postura colaborativa face ao *modding*. Olhando para o caso da *Square Enix*, e tendo em conta tudo o que já foi dito acerca do *modding* neste artigo, a atitude da companhia causou algum espanto e muita revolta entre várias comunidades de *modders*. Se é verdade que os estatutos da *Square Enix* estavam estabelecidos e já existiam antes de o *mod* começar a ser desenvolvido, também é verdade que estávamos a falar de um jogo com mais de dez anos e que já não rendia nenhum lucro para a empresa[49]. Será que a *Square Enix* não teria beneficiado mais com uma postura mais colaborativa? Ao abrir uma excepção nos seus estatutos e permitir o lançamento desta sequela, a *Square Enix* estaria a agradar a um grande numero de fãs e poderia no futuro até comprar os direitos do *mod* e lançá-lo como jogo oficial lucrando assim com um jogo que se encontrava "morto".

Como concluem Henkel e Von Hippel, um sistema de inovação que engloba a inovação por parte do utilizador é muito superior a um que apenas engloba a inovação por parte das empresas, esta conclusão traz várias implicações a níveis de políticas, nomeadamente as politicas que regulam o *copyright* e a propriedade intelectual porque se a tendência para blindar as propriedades intelectuais e a reforçar os *copyrights*, em particular as políticas que impedem a modificação de produtos, continuar isso terá um impacto muito negativo na inovação por parte dos utilizadores (Henkel e Hippel, 2005: 1).

Um exemplo disso pode ser visto no caso da *Square Enix*, onde uma acção judicial não só destruiu aquilo que poderia ter sido uma inovação rentável para a empresa, como

[48] *End user license agreements*
[49] *Abandonware*

colocou em sobressalto a comunidade de *modders* que estava ligada à serie e que passou a ter medo de continuar a sua atividade para não infringir a lei. As apertadas políticas da *Square Enix* destruíram o que poderia ter sido uma boa oportunidade de revitalizar um produto descontinuado e ainda conseguiram virar os seus fãs contra a empresa.

A importância e o impacto do *modding* entre os jogadores (Metodologia)

Antes de passarmos para a vertente prática desta dissertação é importante olharmos para a metodologia escolhida para abordar essa mesma vertente prática.

Tal como foi referido no início desta dissertação, a vertente empírica tem como objectivo uma análise da dimensão e a importância do *modding* entre os jogadores portugueses. Isto é, perceber se os jogadores portugueses conhecem o conceito de *modding*, se sabem o que é, se já consumiram *mods*, se já tentaram criar *mods*, quais as suas opiniões no que toca às politicas vigentes no que toca ao *modding* e qual a sua opinião em relação ao futuro do *modding*. Tentar-se-á igualmente perceber se a sua socialização no que toca aos videojogos poderá ter alguma influência nas suas respostas.

De forma a conseguir obter todas essas informações foi escolhida uma estratégia metodológica qualitativa. Foram realizadas catorze entrevistas junto de jogadores portugueses, onde foi dado privilégio à qualidade da informação ao oposto de apostar em informação quantitativa mas mais genérica, porque o objetivo era o de obter, acima de tudo, opiniões no que toca aos mais variados tópicos relacionados com o *modding*.

As perguntas e a sua ordem foram determinadas de forma a conseguir uma obtenção de informações sequencial, pertinente e com o mínimo de repetições possível, repetições essas que podem ser frequentes uma vez que o entrevistado não tem acesso ao guião e pode, inadvertidamente, responder a algo que apenas será perguntado mais à frente.

Durante as entrevistas, o entrevistador manteve um papel isento e procurou não interferir ou condicionar as respostas dos entrevistados, salvo em casos onde a ajuda fosse expressamente pedida, esta postura distante teve com objectivo manter os contributos o mais brutos possível, aqui queriam-se acima de tudo, opiniões e ideias, não queríamos verdades absolutas.

A média de idades ronda os vinte e quatro anos, oscilando entre os dezanove anos e os trinta e cinco, no total foram gravados duzentos e cinquenta e dois minutos de conversa, sendo que a entrevista mais curta durou nove minutos e a maior durou trinta e quatro, o que perfaz uma média de dezoito minutos por entrevista, foram entrevistadas pessoas de Setúbal, Alverca, Vila Franca de Xira, Lisboa, Torres Vedras e ainda um estudante de Coimbra atualmente a fazer *Erasmus* na Finlândia. A grande maioria das entrevistas (dez) foram feitas presencialmente e com recurso a gravador, sendo que as restantes quatro (por motivos logísticos) foram feitas via *Skype*. As gravações foram realizadas de forma contínua, sem interrupções ou pausas na gravação e com um perfil de conversa informal.

O processo de recrutamento para encontrar os entrevistados foi relativamente simples, foi feito um *post* no *Facebook* onde foram pedidos *gamers* para responder a uma

série de perguntas relacionadas com o *modding* de videojogos, sendo que não era pedido qualquer tipo de conhecimentos prévios sobre a matéria uma vez que o que se pretendia o relato de opiniões. A partir desse *post* funcionou um bocado na via do "passa palavra" em bola de neve, onde os primeiros entrevistados recomendaram amigos e por aí adiante.

A entrevista encontra-se dividida em três partes distintas: O inquérito sobre o *background* dos entrevistados no que toca aos videojogos, o guião principal e, em último lugar, a recolha de dados pessoais do entrevistado. O inquérito inicial sobre o contexto de cada entrevistado no que toca aos videojogos serve acima de tudo para dar-nos algum conhecimento prévio sobre o tipo de respostas que iremos ver, uma vez que este pequeno inquérito, dá-nos uma ideia sobre o grau de ligação e envolvimento que o jogador tem com os videojogos. O guião principal foi o núcleo da entrevista, onde, através de vinte perguntas, tentámos perceber qual a percepção do entrevistado no que toca ao modding de videojogos, qual a sua ideia e opinião acerca do fenómeno, as suas noções, dúvidas, sugestões e as suas criticas em relação ao fenómeno. A secção final de questões serviu para recolher dados sociográficos, assim como as habilitações académicas e emprego dos entrevistados, que foram utilizados juntamente com as informações recolhidas para tentar determinar se os *backgrounds* dos entrevistados criam algum tipo de padrão nas respostas.

Todas as entrevistas encontram-se transcritas, no entanto devido ao limite no número de anexos[50] que podem ser colocados numa dissertação, elas não estarão presentes neste documento, e irão estar disponíveis em CD, juntamente com os ficheiros áudio. A transcrição das conversas de áudio para o formato escrito procurou ser o mais fidedigna possivel, no entanto foram retificados certos aspetos próprios do registo oral[51], as transcrições foram feitas sem recurso ao novo acordo ortográfico. As informações relativas ao *background* de cada entrevistado serão disponibilizadas com as respetivas entrevistas e encontram-se no início das mesmas, no entanto para facilitar a sua consulta, os dados sociográficos e as respostas relativas aos *backgrounds* com os videojogos de cada entrevistado poderão ser encontrados nos anexos desta dissertação[52].

Finalizada esta pequena introdução, passamos agora então para a análise dos resultados obtidos nas entrevistas.

[50] Quinze páginas
[51] Repetições, pausas, hesitações, falhas de concordância no discurso
[52] Anexo "B"

A importância e o impacto do *modding* entre os jogadores (Análise)

Durante este capítulo iremos olhar para as vinte perguntas que foram feitas a cada um dos catorze entrevistados e analisar, e comparar, as respostas dadas por cada um. O objetivo desta análise, e desta dissertação, é precisamente perceber qual a sua ideia e opinião acerca do fenómeno, as suas noções, dúvidas, sugestões e as suas críticas em relação ao fenómeno do *modding* para no final fazermos um apanhados das sugestões, críticas e ideias mais comuns entre os jogadores portugueses no que toca ao *modding*. Como foi referido anteriormente, procuraremos ainda estabelecer uma relação entre as respostas mais frequentes e o respetivo *background* dos entrevistados, no que toca aos videojogos, para perceber se o contexto poderá influenciar, ou não, a sua opinião sobre o fenómeno do *modding*. Por motivos de economia de espaço, os nomes dos entrevistados serão referidos com recurso às iniciais do primeiro e último nome.

A primeira pergunta "Já ouviu falar de *modding*? Quão familiarizado está com o conceito de *modding* de videojogos?" serve como plataforma de lançamento para o resto da entrevista uma vez que ajuda a determinar o grau de conhecimento de causa de cada um dos entrevistados, sendo que é de esperar um maior conhecimento por parte de alguém que esteja a par do fenómeno (mesmo que não saiba exactamente o que é). Os principais aspetos a reter das respostas a esta primeira questão são vários, podemos começar por referir que a grande maioria dos entrevistados (treze) conhece o fenómeno do *modding* de videojogos, sendo que apenas um (J.B) desconhecia completamente o fenómeno achando que *modding* era só de *hardware*. O facto de J.B. ser o único a desconhecer da existência de *mods* para videojogos pode estar relacionado com o facto de este jogar maioritariamente jogos *online*, nomeadamente *MMORPGs*, que é um tipo de jogos onde os *mods* assumem uma forma diferente (*addons*, *mods* para *UI*).

O segundo ponto a destacar é o facto de que dois dos entrevistados (R.S. e A.P) associam o conceito de *modding* ao conceito de *cheats*[53] nos videojogos, apesar de similares, uma vez que ambos promovem alterações nos videojogos a nível de jogabilidade, dificuldade ou aspeto, o que difere estes dois termos é a sua origem: um *mod* provém dos jogadores, é feito por fãs, um *cheat* provém da indústria, é algo que a empresa esconde no jogo para que os jogadores descubram e usem. O facto de R.S e A.P referirem *cheats* pode estar relacionado com o facto de ambos serem mais adeptos das consolas, onde não existe *modding*, do que do PC. O último aspeto importante a reter é a espécie de demarcação que os jogadores fazem entre *modding* na óptica do consumidor e modding na ótica do criador, esclarecendo logo que apenas estão familiarizados com a primeira, o que pode dar a

[53] Um cheat é apenas uma linha de comandos temporária que é usada para benefício temporário do jogador (munições ilimitadas, invencibilidade por exemplo)

entender uma certa aversão, ou falta de interesse, pelo lado mais criativo do *modding* por questões que veremos mais adiante.

A segunda pergunta "Na sua opinião, o que é um *mod*? Qual é a função ou o objectivo de um *mod*?" visa clarificar algo muito simples, se na primeira questão o importante era perceber se os entrevistados conheciam o conceito de *modding*, nesta o objetivo é perceber se os entrevistados realmente sabiam o que é o *modding*. Os principais pontos a reter no conjunto das respostas a esta segunda pergunta prendem-se principalmente com o facto de as opiniões mais consensuais são as de que o objetivo de um *mod*, de acordo com oito entrevistados, é modificar e melhorar o conteúdo existente no jogo para algo mais do nosso agrado (R.G, C.S, D.R, L.M, M.R, M.M, G.P, J.B, A.P). O facto de oitos entrevistados terem referido este ponto pode estar relacionado com o facto de que, desses oito, sete jogam no PC onde os *mods* tem mais capacidade para modificar o jogo, ao invés das consolas onde os conteúdos que compramos, ou os *DLCs*, servem maioritariamente para expandir o jogo. Três entrevistados afirmam que o objetivo de um *mod* é trazer mais conteúdo para o jogo (P.G, R.G, M.R). Dois entrevistados referem ainda que o propósito de um *mod* é enaltecer o jogo (R.S, R.C), corrigir ou emendar *bugs* ou outras falhas (L.A) e até mesmo remodelar o jogo por completo criando uma experiência de jogo totalmente nova e diferente da original (M.R, R.C) - como aconteceu por exemplo no caso do *Half Life* e do *Counter Strike*.

Outro ponto relevante prende-se com o facto de alguns dos entrevistados afirmarem que os *mods* servem também para pôr conteúdo no jogo que não veio de origem e que, segundo eles, devia ser parte integrante na sua entrada comercial (R.G, T.S). Um outro ponto prende-se ainda com o facto de vários entrevistados referirem o carácter *indie*[54] e amador dos *mods* e do trabalho dos *modders*, e do facto de estes produzirem algo que não é disponibilizado pelas empresas, aplicando o seu tempo e esforço na criação de um *mod*, a troco de nenhum tipo de remuneração (T.S, G.P). De referir ainda que um dos entrevistados, que na primeira pergunta afirmou que pensava que *modding* era só para *hardware*, comparou o *modding* de videojogos à criação de *macros* para uso em jogos, mais precisamente em *MMORPGs* (J.B). Refira-se que apesar de uma macro ser, de facto, uma criação feita por um jogador e que permite uma melhor experiência de jogo em *MMORPGs*, uma vez que facilita a execução de certas acções, ela não pode ser considerada *modding*, no sentido tradicional da sua definição, uma vez que não muda nada no jogo, apenas compacta várias linhas de comandos em uma única acção.

Passando para a terceira pergunta "O que leva os jogadores a modificarem os seus videojogos?", o objectivo desta pergunta era o de tentar perceber as opiniões pessoais de

[54] Independente

cada um dos entrevistados no que toca às motivações que levam alguém a tornar-se num *modder*, especialmente tendo em conta as respostas anteriores onde os entrevistados referiram, entre outros pontos, o facto de os *modders* investirem o seu tempo e dinheiro num trabalho não remunerado. Os principais pontos a reter do conjunto das respostas a esta terceira pergunta são, em primeiro lugar, o facto de sete dos entrevistados mencionarem a existência de lacunas ou "ausências" de conteúdo nos jogos originais como algo que motiva os *modders* a fazerem o seu trabalho deixando transparecer a existência de um certo descontentamento com as políticas de negócio atuais que são usadas pela indústria (P.G, R.G, T.S, L.A, M.R, G.P, A.P). O facto de estes sete entrevistados terem referido estas "lacunas" pode estar relacionado com o género de jogos que eles afirmaram serem os seu preferidos, sendo que cinco referem *RPGs*[55] e um os *FPSs*, que são os jogos com mais conteúdos oficiais disponíveis para compra e *download* (*season pass*[56], DLCs[57], *pre-order* bonus[58]), sendo exemplos disso as entradas mais recentes das séries *Call of Duty* ou *Battlefield* (*FPS*) ou os jogos *Fallout New Vegas* (*RPG*) *Mass Effect* (*RPG*) ou *Dragon Age Inquisition* (*RPG*), que para além do *pre-order bonus* para quem faz a reserva do jogo, alguns ainda oferecem *season passes* e entre quatro a cinco pacotes de *DLCs* por jogo. A principal crítica feita a esses conteúdos é a de que eles já deveriam estar presentes no jogo em vez de estarem a ser bloqueados para serem vendidos em separado, sendo um dos casos mais flagrantes o *DLC* "*Horse Armor*" para o *Elder Scrolls: Oblivion*.

Em segundo lugar podemos referir que cinco entrevistados acham que uma das motivações para o *modding* prende-se também com a vontade de personalizar o jogo para que ele esteja mais "à nossa maneira" (R.G, R.S, L.M, L.A). Três entrevistados referem ainda que a motivação por trás do *modding* é a de fazer melhorias no jogo (M.R, G.P, J.B, A.P). Outro ponto que merece ser referido é também a opinião de quatro dos entrevistados que diferem um bocado da maioria, sendo que um não olha para o *modding* como algo que seja motivado pela vontade de personalizar o jogo a nível estético, ou mecânico, mas sim com a necessidade de ultrapassar barreiras relacionadas diretamente com a jogabilidade, ultrapassar níveis ou *bosses* difíceis (C.S), outro olha para o *modding* como algo que é motivado tanto pelo aborrecimento, como pela vontade de se aperfeiçoarem técnicas de programação, mas acima de tudo, por curiosidade (R.C). Um dos entrevistados considera ainda que a motivação para o *modding* é a de dar um propósito diferente ao jogo (M.M) e por fim temos também a opinião de que a motivação por trás do *modding* é a de tornar o

[55] *Roleplaying Games*
[56] Pacote com todos os *DLCs* que serão feitos para um determinado jogo e que será vendido ainda antes desse jogo sair e dos respetivos *DLCs* estarem feitos, comprar um *season pass* fica mais barato do que comprar cada *DLC* individualmente
[57] *Downloadable Content*
[58] Conteúdos reservados apenas para quem fizer a pré-reserva do jogo.

jogo mais bonito e cativante para quem joga (D.R). Um outro ponto de destaque passa também pela referência da relação que as pessoas estabelecem com os jogos como principal motivo para o *modding*, tal como refere um dos entrevistados, um *modder* só cria modificações para um jogo se ele gostar desse mesmo jogo (M.R). Para acabar, de referir que três dos entrevistados referem também o factor "*replay value*" como motivação para os *modders* fazerem o seu trabalho, ou seja, a vontade de retirarem mais valor de um jogo que possam já ter acabado ou esgotado todas as suas possibilidades (T.S, D.R, L.A).

A quarta pergunta "Alguma vez utilizou um *mod*? Em que jogo e porquê?" tinha como objetivo tentar fazer um levantamento do hábitos de consumo de *mods* por parte dos entrevistados, nomeadamente tentar descobrir se já tinham usado *mods*, em que circunstância, em que jogo e porquê. Existem vários pontos de interesse a reter no conjunto das respostas a esta quarta questão. De destacar que oito entrevistados referem jogos do género *RPG/MMORPG* como exemplo de jogos nos quais usam *mods* (P.G, R.G, T.S, L.A, M.R, G.P, R.C, J.B). Desses oito, seis entrevistados referem os *RPGs* da *Bethesda* como exemplos do valor dos *mods* (P.G, R.G, L.A, M.R, G.P, R.C) o que vai de encontro ao que já foi referido anteriormente nesta dissertação, apesar de existirem *mods* para vários tipos de jogos, é no género *RPG* que o *modding* parece ter mais destaque, sendo que nesse campo, a *Bethesda* continua a ser um dos exemplos de sucesso, ficando no ar a ideia de que os jogadores que jogam *RPGs* têm mais tendência a consumir *mods*.

Outro ponto de destaque, apesar de ter sido referido por apenas dois dos entrevistados, é o de que existem jogadores que só conseguem jogar alguns jogos com recurso a *mods* (P.G, R.C). Outro ponto a referir prende-se com o facto de três dos entrevistados darem como exemplos, do seu uso de *mods*, o jogo *Grand Theft Auto* (R.S, D.R, A.P), no entanto apenas um faz questão de referir que usou "*mods* a sério" no PC e não os *cheats* (D.R), sendo que o facto de A.P e R.S referirem os *cheats* pode estar relacionado com o facto de eles preferirem as consolas ao PC. De referir também as respostas dadas por dois dos entrevistados que usam os *addons*[59] como exemplo de *mods* que já usaram (G.P, R.C). Outro ponto que importa referir é o facto de que quatro entrevistados afirmam que usam *mods* para tornar o jogo "mais seu" e para poder jogar o jogo outra vez como se fosse um jogo novo (T.S, D.R, L.M, L.A). De referir ainda que, dos catorze entrevistados, apenas dois afirmaram não usar *mods* (C.S, M.M), e um, apesar de não ser bem um *mod*, referiu a utilização de *macros* como exemplo do seu consumo de *mods* (J.B).

[59] Os *addons* são modificações populares em jogos do género *MMORPG* e que, apesar de não modificarem nenhuma componente estética do jogo, permitem que o jogador receba as mais variadas informações sobre o mundo do jogo e que o jogo não disponibiliza originalmente

A quinta pergunta “Acha que o acesso ou suporte para *mods* condiciona os padrões de consumo de videojogos ou plataformas de videojogos por parte dos jogadores? Porquê?” pretendia descobrir se, para os entrevistados, a presença de *modding*, ou o suporte para modding, condiciona as escolhas das pessoas na altura de comprar um jogo, ou uma plataforma, ou seja, descobrir se os entrevistados acham que uma pessoa pode estar mais inclinada a comprar o jogo “X” em vez do jogo “Y” só porque o jogo “X” tem suporte para *mods* e o jogo “Y” não. Uma das principais pistas a reter nesta quinta questão é o facto de dez dos entrevistados admitirem que o acesso, ou suporte para *mods*, pode condicionar a escolha dos consumidores mesmo que o afirmem com algumas cautelas (R.G, T.S, R.S, C.S, D.R, L.M, L.A, M.R, G.P, J.B). Essas afirmações podem estar motivadas pelo facto de os géneros preferidos deste grupo de entrevistados serem os *RPGs*, os *FPSs* e os jogos *open world*, jogos para os quais, regra geral, existem sempre modificações e onde, como vimos nas respostas anteriores, os jogadores parecem estar mais inclinados para o uso de *mods*. De todos os motivos referidos, podemos salientar a referência a certos *mods* que, devido ao seu sucesso, podem fazer com que as pessoas comprem um determinado jogo para experimentarem esse *mod* (T.S), ou até mesmo a referência ao elevado valor dos jogos hoje em dia e à necessidade de rentabilizar esse investimento ao máximo (M.R), de forma a que o jogo possa ser jogado mais do que uma vez, com a utilização de *mods*. Alguns dos entrevistados afirmam que o jogo base deveria ser mais importante e só depois, o *modding* (G.P, A.P), até porque há muitos que preferen não modificar os seus videojogos. Tal relutância deve-se a uma série de factores: ou porque não têm tempo ou porque não querem arriscar danificar os ficheiros dos seus jogos, e a criação de jogos já a pensar que toda a gente vai usar *mods* acaba por ser injusta para estes jogadores.

De referir também o facto de que quatro entrevistados acham que o *modding* não terá grande influência na decisão dos consumidores (P.G, M.M, R.C, A.P), sendo que, de todos os motivos listados, podemos referir o facto de que, segundo um dos entrevistados, os videojogos são apenas um passatempo e como tal as pessoas vão querer passar o seu tempo a jogar e não a modificá-lo (M.M), ou até mesmo a opinião de um entrevistado que acha que o maior factor de influência na altura de comprar um jogo ou plataforma, são os *traillers* e as conferencias de videojogos que criam o chamado “*hype*”[60] junto dos consumidores (P.G). Outro ponto que vale a pena referir é o facto de que alguns dos entrevistados, que estão mais inclinados para a plataforma PC, consideram que existe uma condicionante quase óbvia quando falamos entre PC e consolas (R.G, L.M, L.A, R.C), afirmando que a decisão recai quase sempre para o lado do PC uma vez que, tal como refere um dos entrevistados que toca no assunto, ainda não existe *modding* para as

[60] Fervor ou expectativa

consolas (R.C), e isso acaba por ser uma grande condicionante, uma vez que atualmente, tendo em conta o carácter multi-plataforma dos jogos, os jogos que são lançados para a consola, sem *mods*, são também lançados para PC com *mods*.

A sexta pergunta “E os seus padrões? Já se sentiu condicionado?” está diretamente relacionada com a pergunta anterior mas, neste caso, em vez de querermos perceber se os entrevistados acham que o *modding* pode condicionar, ou não a escolha dos consumidores, queremos saber se o *modding* já condicionou as suas próprias escolhas. O ponto mais interessante na análise às respostas a esta sexta questão é o facto de haver uma, quase, divisão de opiniões, sete dos entrevistados afirmam que não se sentem condicionados nas suas escolhas pela presença de *modding* (P.G, T.S, R.S, M.R, M.M, J.B, A.P) no entanto concedem algumas excepções, e seis consideram que sim, que já se sentiram condicionados (R.G, C.S, D.R, L.M, L.A, G.P). Um dos entrevistados não respondeu diretamente à questão e optou por tecer uma espécie de crítica à indústria (R.C). Começando pelos que não se sentem condicionados, os motivos variam sendo de destacar os entrevistados que referem o carácter facultativo do *modding* (R.S), ou seja, os jogadores não são obrigados a modificar os seus jogos, outros preferem referir que se uma pessoa se sentisse realmente condicionada pelo *modding* ela teria que gastar muito dinheiro a comprar jogos originais para poder experimentar todos os grandes *mods* que existem (T.S). Há ainda quem refira que nunca se sentiu condicionado porque o PC foi desde sempre a sua plataforma preferida (P.G, M.R). Em relação aos que se sentem condicionados os motivos acabam por andar relacionados com o facto de não haver *modding* nas consolas (D.R, L.M, G.P), sendo que isso acaba por ser referido várias vezes, com entrevistados a referirem a desvantagem de possuir uma consola na altura de comprar um jogo que também existe para PC e de optarem pela plataforma PC sempre que possível para terem a oportunidade de usarem *mods*. Um dos entrevistados refere também que está mais inclinado a comprar os jogos da *Bethesda* porque estes já trazem as ferramentas para a criação de *mods*, o que significa um maior fluxo de *mods* para esses jogos (R.G). Outro entrevistado afirma ainda que o *modding* condiciona porque permite que as pessoas incluam certas temáticas nos seus jogos, como temáticas das suas séries televisivas preferidas (L.A). Finalmente, o último ponto de interesse prende-se com a resposta dada por um dos entrevistados, que optou por não responder diretamente à questão, e optou por tecer uma crítica a uma das práticas correntes na indústria referindo-se ao condicionamento que as empresas que fazem *reviews* de jogos tentam fazer junto dos consumidores ao darem *reviews* positivas a jogos, já a contar que as pessoas usem *mods*, muitas vezes ignorando a ausência de conteúdos ou a presença de falhas no jogo original (R.C).

A sétima pergunta “Conhece os jogos: *Modnation Racers* ou *Little Big Planet*?“ é uma pergunta muito específica e o seu objectivo é o de perceber se os entrevistados estão

familiarizados com estes dois jogos, exclusivos da *Playstation 3*, e que permitem que os jogadores façam uso dos conteúdos presentes no CD e criem os seus próprios níveis e personagens para depois partilharem *online* onde podem descarregar e jogar com as criações de outras pessoas. Esta pergunta serve para criar uma plataforma de lançamento para a pergunta seguinte que pretende abordar a temática do *modding* nas consolas. Sendo esta uma questão que serve apenas como plataforma de lançamento, não iremos perder muito tempo a analisar as respostas, de referir apenas que treze entrevistados conhecem, pelo menos, um dos dois jogos e apenas um não conhece nenhum dos dois (J.B), sendo que a justificação de J.B prende-se com o facto de nunca jogar em consola.

A oitava pergunta "Tendo em conta a existência de jogos como *Modnation Racers* ou *Little Big Planet*, qual a sua opinião no que toca ao *modding* nas consolas? Acha que é possível? Porque é que ainda não foi implementado?" pretende apreender o *feedback* obtido na pergunta anterior e, usando esses jogos como exemplo, abordar a temática do *modding* nas consolas e perceber, na opinião dos entrevistados, o que está a atrasar a sua implementação. Esta oitava pergunta presenteou-nos com algumas respostas bastante extensas e ricas em conteúdo. Nove entrevistados acreditam que é possível trazer o *modding* para as consolas (T.S, R.S, C.S, D.R, L.M, L.A, R.C, J.B, A.P) sendo importante referir que, destes nove, sete afirmam que a sua plataforma preferida é uma consola. Cinco entrevistados mostram alguma descrença (P.G, R.G, M.R, M.M, G.P) sendo importante salientar que, do lado dos descrentes, quatro são jogadores de PC, traçando assim uma espécie de padrão entre crentes e descrentes, sendo que os crentes estão mais ligados às consolas, e os descrentes mais ligados ao PC. Entre os motivos citados por quem acredita que a transição seja possível é importante referir a menção ao projecto *Net Yaroze*, um projecto pioneiro, criado pela *Sony*, no que toca à criação de conteúdos nas consolas e que provou que é possível haver programação amadora nas mesmas (T.S). Ainda a referência ao facto de que as consolas actuais são muito semelhantes a um PC (T.S, J.B), dotadas de sistemas operativos e com a possibilidade de se inserirem discos rígidos nas mesmas. A referência ao facto de que algumas companhias, nomeadamente a *Bethseda* já estão a preparar os seus futuros títulos já a pensar no suporte para *mods* nas consolas (L.A), o que mostra que realmente pode ser possível. Houve ainda quem argumentasse que é possível visto que alguns jogos já trazem modificações, ou *cheats*, de origem (C.S) e ainda o facto de que atualmente, com todo o progresso tecnológico na área dos videojogos, trazer o *modding* para as consolas parece perfeitamente possível (D.R) até porque já existe para PC há algum tempo (R.S). Do lado dos mais céticos nesta transição os argumentos são maioritariamente de natureza técnica e financeira, com os entrevistados a afirmarem que existem muitas barreiras na programação em consola, nomeadamente o acesso a todos os ficheiros da consola e ao próprio sistema operativo da mesma (G.P), sendo que foi várias

vezes referida a diferença entre a programação num PC e a programação numa consola (L.A, M.R, G.P). Outro entrevistado referiu também o carácter "moldável" da capacidade dos PC, oposta à rigidez das consolas cujo o *hardware* dificilmente poderá ser modificado em termos de potência, e os riscos de danos para a consola que os *mods* podem trazer uma vez que podem exigir mais do que aquilo que a consola consegue dar (M.R). Outro argumento prende-se ainda com o facto de as empresas não querem abdicar do único mercado que ainda escapa à fuga de lucros para a chamada pirataria, com as empresas a usarem o mercado das consolas para venderem os seus *DLCs* e outros conteúdos (P.G, R.C). Outro entrevistado refere ainda que o *modding* poderá ainda não ter sido implementado porque a maioria das pessoas, quando vão comprar jogos, podem não estar cientes da existência da possibilidade de os modificarem (M.M).

A nona pergunta "Acha que os *mods* são benéficos para a indústria dos videojogos? Em que sentido?" pretendia saber a opinião dos entrevistados no que toca ao impacto do *modding* junto da indústria, da sua possível influência no aumento das vendas de videojogos ou de criação de novas ideias. O conjunto das respostas a esta nona pergunta oferece-nos um panorama geralmente uniforme no que toca aos benefícios do *modding* para a indústria, sendo que doze entrevistados afirmam que o *modding* é, ou pode ser, benéfico para a indústria (P.G, R.G, T.S, R.S, C.S, D.R, L.M, L.A, M.R, M.M, G.P, A.P). Os dois restantes não dizem o contrário e dão respostas divididas salientando aspetos onde o *modding* poderá ser usado de forma "menos correta" tanto pela indústria como pelos jogadores (R.C, J.B). De entre os que acham que o *modding* é benéfico para a indústria o argumento mais consensual é que o *modding* é benéfico porque introduz novas visões e ideias para a indústria e isso por sua vez irá gerar novos e melhores produtos que vão de acordo ao que os consumidores pretendem (P.G, C.S, D.R, M.M, A.P). Outros referem ainda que os mods, ao melhorarem os jogos e permitirem que os jogadores voltem a jogar os jogos de forma diferente, vão promover as vendas da indústria (R.G, R.S, L.M, L.A). Há ainda quem refira que é benéfico porque aproxima os jogadores da indústria (M.R) sendo ainda importante referir que um dos entrevistados, de forma pertinente, sugere que os *mods* podem ser um forte barómetro e indicador da procura para as empresas, na medida em que as empresas podem consultar as bases de dados onde se encontram os *mods* e ver o tipo de *mods* que mais *downloads* recebe para ter uma ideia da preferência dos consumidores (T.S). Para os mais céticos, o argumento prende-se muito com as práticas menos corretas que são levadas a cabo tanto pela indústria como pelos jogadores, se por um lado a indústria pode usar os *mods* como desculpa para lançar produtos inacabados (G.P), os jogadores podem usar *mods* ou *hacks* para destabilizar os universos de jogo em seu proveito (J.B).

A décima pergunta "Acha que os *mods* são benéficos para os jogadores? Em que sentido?" é muito semelhante à pergunta anterior mas com uma pequena alteração uma vez

que agora apenas pretendemos saber única e exclusivamente dos benefícios para quem joga. Os resultados da análise às respostas a esta décima pergunta não podiam ser mais esclarecedores, com todos os entrevistados, independentemente do seu *background* com os videojogos, a afirmarem que o *modding* é benéfico para quem joga. De todos os motivos referidos pelos entrevistados, poderíamos referir o facto de que o *modding* possibilita mais conteúdo (P.G. C.S), mais longevidade, a possibilidade de transformarmos um jogo customizando-o à medida de cada um (R.G, T.S, R.S, C.S, D.R, L.M, R.C, A.P), tudo isto de forma gratuita e ao alcance de alguns cliques (G.P). Alguns entrevistados também salientam a importância do *modding* na expressão da criatividade dos jogadores (M.R) e na possibilidade de permitir que os jogadores, através do *modding*, ingressem no mundo da criação de conteúdos para mais tarde conseguirem, quem sabe, um trabalho na indústria (L.A). De referir ainda que, apesar de concordar com o benefício, um dos entrevistados afirma que são muito poucos aqueles que se interessam pelo *modding* (M.M) e um dos entrevistados limita-se a dizer que acha que são benéficos (J.B).

A décima primeira pergunta "Qual é a sua ideia em relação aos *modders* e ao seu trabalho?" pretende tirar os entrevistados da zona de conforto do *modding* na ótica do criador e tentar perceber se os entrevistados têm, ou não, uma ideia em relação ao *modding* na ótica do criador, do trabalho que se faz, da dificuldade desse trabalho, dos conhecimentos que é preciso ter, entre outras dimensões. As ideias gerais que se podem retirar do conjunto das respostas a esta pergunta são variadas. Uns afirmam que o *modding* é um trabalho importante e que benefícia a indústria (C.S), outros afirmam que é um trabalho que requer sempre alguns conhecimentos sobre as ferramentas a usar, o que se quer modificar e como implementar essa modificação (L.M, M.R, G.P) e também alguma paciência e dedicação (R.S). Outros afirmam que é um trabalho interessante e que poderá ser uma mais valia para o futuro dos *modders* (L.A), e um assevera mesmo que não será um trabalho muito difícil porque "quem corre por gosto não cansa" (M.M). Apenas um dos entrevistados admitiu já ter tentado criar um *mod* e admitiu ter sido confrontado com a pouca acessibilidade das interfaces dos programas de criação (R.C), o que vem pôr de parte a ideia de que, com todas as ferramentas de edição e criação que são disponibilizadas atualmente qualquer pessoa consegue fazer um *mod*. Um dos entrevistados afirma mesmo que o *modding* deve ser um trabalho muito difícil e que requer "muita cabeça" (D.R). Outro ponto importante é que dois dos entrevistados referiram, apesar de isso não ter sido perguntado diretamente, os *modders* deveriam ser remunerados pelo seu trabalho, fruto de todo o trabalho e dedicação que colocam nos seus *mods* (P.G, R.C). De salientar que apenas um dos entrevistados conseguiu ser mais específico e referiu alguns tipos de ferramentas que um *modder* poderia usar para o seu trabalho, referindo o programa

ZBrush[61] (G.P), ou a utilização de sintetizadores para criação de sons customizados. De salientar também a opinião de que o trabalho dos *modders* é o de por no jogo aquilo que a indústria não pôs (R.G) e que esse trabalho é feito sobre algo que tem *copyright* e de forma semelhante ao trabalho realizado por *freelancers* (T.S).

A décima segunda pergunta "Alguma vez pensou em entrar no mundo da criação de *mods*?" fala por si. Com esta questão pretendemos saber se alguma vez os entrevistados sentiram vontade, ou curiosidade, de dar o salto e passar do consumo à criação de *mods*. São poucos os pontos a reter do conjunto das respostas a esta pergunta. Sete entrevistados admitiram já ter pensado no assunto (P.G, R.G, D.R, L.M, L.A, M.R, G.P) mas nunca deram o passo em frente, sendo que a maioria afirma não o ter feito por falta de capacidades ou conhecimentos técnicos sobre a área (P.G, L.M, L.A, M.R, G.P), nomeadamente programação. É importante referir que todos os que já pensaram no assunto têm o PC como plataforma preferida. Cinco entrevistados admitiram nunca ter refletido sobre a matéria (T.S, R.S, C.S, R.C, A.P), uns por falta de paciência (T.S), outros por timidez (R.C) e outros porque não gostam de matemática (R.S) sendo importante referir também que do lado de quem nunca pensou no assunto, a plataforma preferida, da maioria, são as consolas. Esta pergunta não foi colocada a dois dos catorze entrevistados, com a aprovação dos mesmos, porque um deles desconhecia da existência de *modding* para videojogos (J.B) e o outro já havia manifestado o seu pouco interesse nesta área dos videojogos em respostas anteriores (M.M).

A décima terceira pergunta "Acha que o trabalho de um *modder* deveria ser remunerado? E se não for financeiramente? Acha que é possível retirar contrapartidas sem serem as financeiras?" pretende tocar num ponto sensível no que toca à temática do *modding*. Com esta pergunta pretendemos saber se os entrevistados acham, com base em tudo o que disseram anteriormente em relação ao trabalho dos *modders*, que estes devem ser remunerados, ou recompensados, pelo seu trabalho. Ao analisarmos o conjunto das respostas a esta questão, podemos observar que treze entrevistados afirmam, apesar de colocarem alguns avisos à navegação, que os *modders* deviam, ou podem, ser remunerados (P.G, R.G, T.S, R.S, C.S, D.R, L.M, L.A, M.M, G.P, R.C, J.B, A.P), seja financeiramente ou através de contrapartidas, e apenas um acha que os *modders* não devem ser remunerados (M.R). Entre os vários motivos que levam os entrevistados a dizerem que os *modders* devem ser remunerados podemos referir o facto de eles investirem o seu tempo e dinheiro na criação de conteúdos gratuitos (R.S, G.P), o facto de essa remuneração poder contribuir para a criação de mais e melhores *mods* (R.G) e até o facto de o seu trabalho ser um forte impulso nas vendas das empresas (L.M, M.M, A.P). De referir

[61] Programa que pode ser usado na criação de modelos

ainda que estes treze entrevistados, apesar de concordarem com a remuneração do trabalho dos *modders*, levantam algumas questões e fazem alguns avisos pertinentes. De salientar o facto de que uma política de remuneração de *modders,* que não seja rigorosa e criteriosa, pode beneficiar *modders* com trabalhos menos bons e prejudicar os jogadores, uma vez que vão ter que pagar vastas quantias para terem mais do que um *mod* por jogo e terão que pagar até por mods minúsculos (R.C). Um dos entrevistados refere que para se remunerar o trabalho dos *modders* torna-se necessário um mecanismo que possa fazer um rastreio à qualidade dos *mods* (R.S). Temos ainda o aviso deixado por um dos entrevistados que afirma que o dinheiro não deve ser a prioridade dos *modders* sob o risco de isso comprometer a objetividade e os valores principais do seu trabalho (L.A). Alguns entrevistados também afirmam que os *modders* poderiam ser recompensados com oportunidades de trabalho, ou descontos, em vez de serem remunerados com dinheiro (P.G, T.S, C.S, L.M, R.C, J.B, A.P) De referir ainda que o único entrevistado que afirmou que os *modders* não devem ser remunerados argumentou que os *modders* já têm acesso a várias contrapartidas, criação de portefólio e currículo, que podem ser usados para dar o salto para um trabalho, aí sim remunerado, na indústria (M.R).

A décima quarta questão "Tentando colocar-se na pele de um jogador e de um *modder*, concorda com a iniciativa da *Steam* de tentar recompensar os *modders* através de um modelo de *mods* pagos?" pretende obter a opinião dos entrevistados em relação a um dos momentos mais falados, em 2015, no que toca a *modding* de videojogos. Estamos a falar do momento em que a *Steam* a anunciou que iria incorporar um modelo de *mods* pagos na sua plataforma *Steam Workshop*[62] e que os jogadores iriam começar a pagar por algo que até então era gratuito, se os *modders* assim o quisessem. Depois de olharmos para as respostas a esta perguta podemos concluir que nove entrevistados concordam com a iniciativa da *Steam* mas colocam vários entraves à ideia (P.G, R.G, R.S, D.R, L.M, L.A, M.M, R.C, J.B, A.P), sendo que um dos entraves mencionados são a referência ao facto de que o principal aspeto positivo de um *mod* é precisamente o facto de este ser gratuito (P.G, R.C). Também existe preocupação com a "liberalização" do preço dos *mods*, com dois entrevistados a considerarem que os preços devem ser controlados (R.G, R.S), outro argumento salienta também que existem formas de remunerar os *modders* que não impliquem o uso de dinheiro (L.M). Outro entrevistado refere ainda que não faz sentido ter que pagar por *mods* quando já temos que pagar por conteúdos oficiais (L.A) e por fim há ainda quem discorde da divisão de lucros (A.P), setenta contra trinta por cento, com a maior fatia do valor do *mod* a ir para a *Steam*. De entre o leque de entrevistados três discordam abertamente da iniciativa (C.S, M.R, G.P) sendo que os motivos referidos são o facto de que

[62] Semelhante à plataforma *Nexus*

os *modders* não deveriam ser pagos com dinheiro mas sim recompensados com oportunidades de trabalho (C.S), um dos entrevistados referiu também que esta é apenas mais uma forma que a indústria arranjou para conseguir ainda mais lucros com os *mods* (M.R) e por fim também houve quem não concordasse por causa da divisão de valores proposta pela *Steam* (G.P). De referir ainda que dois dos entrevistados não disseram se concordam ou não e optaram por fazer alguns comentários em relação a esta iniciativa, sendo de referir a opinião de um dos entrevistados que afirma que esta é uma medida que deve ser superior à *Steam* e deve ser acompanhada com a criação de uma legislação que regule melhor o trabalho dos *modders* (T.S), ou a referência ao facto de que, apesar de ser algo positivo para os *modders*, os *mods* pagos poderem trazer uma quebra acentuada no consumo de *mods* (G.P).

A décima quinta questão "Como jogador era capaz de pagar por um *mod*? Porquê? Quanto? Algum tipo de subscrição?" está ligada com a questão anterior e pretende saber se os entrevistados, na eventualidade de ser aplicada uma política de remuneração de *mods*, eram capazes de pagar pelos mesmos. O conjunto de respostas a esta décima quinta questão deixa no ar várias ideias. Onze eram capazes de pagar por um *mod* (P.G, R.G, T.S, R.S, C.S, D.R, L.A, G.P, R.C, JB, A.P) com algumas condições, sendo que, desses onze, seis rejeitam a ideia de pagar uma subscrição para aceder a *mods* (P.G, R.G, T.S, C.S, R.C). Alguns dos principais factores que levariam os entrevistados a pagarem por *mods* são, entre outros, o facto de o *mod* ser bom, com bons *reviews* e trazer conteúdo substancial (R.S, L.A, G.P, R.C), o facto de eles terem uma ligação forte com o jogo que querem modificar (R.S, D.R) ou até mesmo simples vontade de recompensar o trabalho dos *modders* (G.P). Os mesmos entrevistados, que afirmaram não ter problemas em pagar por *mods*, também disseram que não pagariam se estivéssemos a falar de *mods* nos quais o conteúdo não jutsificasse o preço (R.G, T.S, R.S, C.S, D.R, R.C). Apenas três entrevistados, que estão mais inclinados para o PC, afirmaram que não seriam capazes de pagar por *mods* (L.M, M.R, M.M), sendo que dois deles referiram que não o fariam porque também não pagam por *DLCs* (L.M, M.R), e ainda a referência ao facto de que o importante é o jogo que vem de origem (M.R, M.M), de referir que todos os que disseram que não seriam capazes de pagar por um *mod* têm o PC como plataforma preferida.

A décima sexta questão "O que acha do modelo[63] escolhido pela *Steam* para tentar incorporar esta mudança?" pretendia obter mais algum *feedback* no que toca à iniciativa da *Steam*, especialmente depois de termos abordado a questão relativa ao facto de os entrevistados serem capazes de pagar por *mods* ou não. O conjunto das respostas a esta pergunta permite-nos uma visão mais detalhada sobre as visões dos entrevistados em

[63] O facto de ter sido implementado subitamente, a divisão de valores proposta entre outros factores

relação a esta iniciativa da *Steam,* apesar de não termos acesso a dados tão homogéneos como nas respostas anteriores, as respostas a esta pergunta deram-nos vários contributos pertinentes, sendo que poderíamos começar por referir que seis entrevistados discordam da medida ou não acham que esta seja justa (C.S, L.M, L.A, M.R, G.P, J.B) enquanto que apenas dois entrevistados conseguem ver o lado positivo da mesma (P.G, D.R). Para alguns dos entrevistados, esta iniciativa peca pela forma como foi implementada visto que provocou uma forte crispação entre as comunidades envolvidas[64] (L.A. G.P, R.C) com alguns *modders* a serem acusados de traição ao colocarem preços nos seus *mods* (R.C), para outros peca pelo pouco tempo em que esteve no ar por causa da já referida crispação (R.G, L.A, G.P). Para outros entrevistados esta iniciativa foi uma má ideia porque veio acrescentar mais um preço que os jogadores têm que pagar para terem conteúdos nos seus jogos para além do jogo em si e dos conteúdos oficiais (C.S), e para outros ela é simplesmente ridícula porque é apenas mais uma forma de a indústria lucrar com os *mods* (M.R). Um dos dados mais homogéneos que podemos recolher desta questão prende-se com a questão da divisão de valores proposta pela *Steam*, sendo que dois dos entrevistados consideram-na um abuso e afirmam que os *modders* podiam usar uma maior fatia dos lucros para investirem mais no seu trabalho (J.B, A.P), enquanto que três dos entrevistados estão de acordo com essa mesma divisão de valores (T.S, R.S, M.M) porque os *modders* apenas estão a modificar uma propriedade intelectual que pertence a uma empresa e não seria justo lucrarem mais do que os donos dos jogos e dos motores de jogo sobre os quais eles operam (T.S, R.S). Um dos entrevistados refere que qualquer valor seria bom para os *modders* porque antes não recebiam nada pelo seu "*hobby*" (M.M). Um dos entrevistados salienta a nobreza da iniciativa, uma das mais importantes no que toca à remuneração dos *modders*, apesar de não concordar com alguns aspetos da mesma (T.S), enquanto que outro acha que é uma boa ideia mas que ainda precisa de muitas melhorias (D.R) Apenas um dos entrevistados parece achar que a iniciativa da *Steam* foi bem implementada e é a melhor solução devido ao facto de esta pôr o poder de decisão nas mãos dos *modders* (P.G).

A décima sétima questão "Na sua opinião qual é o verdadeiro valor de um *mod* para quem joga, para quem cria e para a indústria?" mantém-se na temática das perguntas anteriores, que entravam no campo dos *mods* pagos, e pretendia que os entrevistados se colocassem no papel de consumidores, criadores e da indústria e referissem qual o valor dos *mods* para esses três elementos. O conjunto de respostas a esta décima sétima questão são uma espécie de recapitular de todos os argumentos que os entrevistados deram para justificar o benefício dos *mods*, sendo que uns conseguiram argumentar tendo em conta os três pontos de vista pedidos, enquanto que outros preferiram globalizar a sua

[64] Jogadores, *modders* e indústria

resposta ou focar-se num determinado ponto de vista com o qual, talvez, tenham mais afinidade. Para quem joga, oito dos entrevistados consideram que o valor de um *mod* é a adição de conteúdos (P.G, R.G, T.S, C.S, D.R, L.A, G.P, A.P), sendo que a sua maioria são adeptos da plataforma PC. Dois entrevistados, cuja plataforma de eleição são as consolas, consideram também que o valor poderá ser o facto de que os *mods*, através do aumento da vida do jogo, promovem um retorno do investimento que os jogadores fizeram pelos jogos (T.S, R.S). Dois dos entrevistados consideram ainda que o valor dos *mods* é a possibilidade de trazerem uma nova experiencia de jogo (R.S, L.M) e um refere também que o valor é a possibilidade de por os jogos à sua maneira (M.M) e por fim há ainda quem considere que o valor do *mod* é o facto de este permitir desbloquear o verdadeiro potencial dos jogos que muitas vezes são lançados sem estarem acabados (M.R). Para quem cria, três dos entrevistados acreditam que o valor de um *mod* passa pelo reconhecimento e carinho que o trabalho do *modder* recebe por parte dos jogadores e da indústria (R.G, D.R, G.P) enquanto que outros três acham que o valor dos *mods* é o facto de estes poderem ser uma porta de entrada para um trabalho na indústria (T.S, J.B, A.P). Existe ainda quem ache que o *modding* é valioso para quem cria porque assim os jogos duram mais tempo e os modders têm mais tempo para dedicarem-se a esses jogos (L.A) ou porque ajuda os *modders* a sentirem que fazem parte do jogo (M.M). Para a indústria, três entrevistados acreditam que o *modding* é valioso porque vai trazer mais lucros para as empresas e que podem ser investidos em melhores jogos (D.R, L.A, G.P), dois afirmam ainda que o *modding* é valioso porque este vai prolongar o jogo e, consequentemente, a marca da empresa (P.G, R.G, T.S). Outros entrevistados afirmas ainda que o *modding* poderá ser um indicador das preferências dos consumidores (T.S), ou uma fonte para novas ideias (M.M) e uma forma de por os *modders* a colmatar as lacunas dos jogos e a fazer o trabalho da empresa (M.R).

A décima oitava questão “Na sua opinião como jogador e *modder*, e tendo em conta a resposta anterior, quem deveria remunerar o trabalho dos *modders*? Os jogadores que beneficiam dos *mods*? Ou a indústria que beneficia do aumento das suas receitas graças aos *mods*? Ou ambas?” pretende dar algum seguimento à temática dos *mods* pagos. Quatro entrevistados acham que deve ser a indústria a remunerar o trabalho dos *modders* (R.G, M.R, G.P, A.P), outros quatro acham que deviam ser ambas as partes (T.S, R.S, D.R, J.B), três estão indecisos entre a indústria ou ambas as partes (C.S, L.M, M.M), um está indeciso entre os jogadores e a indústria (P.G), e dois acham que devem ser os jogadores (L.A, R.C). Os argumentos dados para justificar o facto de ser a indústria a pagar aos *modders* são vários, uns dizem que assim os jogadores não teriam que suportar mais um custo com os jogos (R.G, C.S), outros afirmam ainda que deveria ser assim porque os *mods* beneficiam o negòcio das empresas (G.P), sendo que estas já fazem muito dinheiro com o *modding* (T.S, L.M, A.P) e podem ainda contratar os *modders* para trabalhar para elas (M.R). Há ainda

quem argumente que devia ser a indústria a recompensar os *modders*, porque mesmo assim os *modders* vão continuar a ser uma mão de obra fiável extremamente barata (M.M) ou simplesmente porque a indústria tem mais capacidade do que os jogadores para pagar essa remuneração (P.G). Do lado de quem acha que devem ser os jogadores a suportar esse custo os argumentos são o facto de que os jogadores é que procuram esses conteúdos (PG, T.S) e porque já existem formas rápidas e seguras de fazer doações (L.A, R.C). Um dos defensores de que deveriam ser ambas as partes disse simplesmente que deveria ser assim porque ambos ganham com o *modding* (R.S)

A décima nona pergunta "Tendo em conta todas as respostas anteriores, qual seria a melhor forma de implementar uma política de remuneração ou contrapartidas do trabalho dos *modders*?" pretende que os entrevistados criem um universo alternativo onde, seriam eles a mandar, e proponham uma forma de implementar uma política de remuneração ou contrapartidas para o trabalho dos *modders*. Dada a natureza bastante individual desta questão a informação que podemos retirar da análise às respostas é muito diversa, no entanto podemos retirar alguns indicadores mais homogéneos. Podemos começar por referir que três dos entrevistados acreditam que a melhor forma de se implementar uma política de remuneração passa por uma política de donativos (L.A, G.P, R.C) salientando que a remuneração aos *modders* deve ter sempre um carácter opcional e não obrigatório (G.P), de forma a evitar criar tensões nas comunidades, sendo que um dos entrevistados afirma mesmo que os consumidores estão mais tentados a gastar o seu dinheiro voluntariamente do que se forem obrigados a pagar (L.A). Dois dos entrevistados referem ainda que o modelo ideal seria algo semelhante ao que a *Steam* tentou implementar, porque a *Steam* colocou parte do poder nas mãos dos *modders* - os *modders* é que decidem se vão vender o seu trabalho ou oferecê-lo (P.G, M.M). Se formos analisar os restantes contributos individuais, saltam à vista as ideias de alguns entrevistados, nomeadamente a implementação de um sistema de remuneração baseado no sistema de visualizações do *Youtube* (R.G), onde os *modders* receberiam dinheiro consoante o número de *downloads* do seu *mod*. De referir também a ideia de que, antes de qualquer tipo de política de remuneração, o que é urgente é mesmo a criação de uma legislação atualizada que regule, controle e proteja o trabalho dos *modders*, as empresas e os jogadores (T.S). Por fim podíamos referir também as ideias que sugerem a implementação de um sistema que faça rastreios aos *mods* antes que estes sejam vendidos (R.S), para evitar fraudes e produtos defeituosos, e ainda a ideia de um dos entrevistados que sugere que a melhor forma de remunerar os *mods* era atribuir uma percentagem, do valor que os jogadores pagam pelos jogos (A.P), e destiná-la aos *modders*, assim os jogos mantinham o mesmo preço e os *modders* conseguiam receber alguma coisa, sem grande prejuízo para a indústria. Um dos entrevistados sugere que as empresas funcionem como intermediário na venda dos *mods*,

sendo que os *modders* vendem à empresa e depois a empresa vende aos jogadores (D.R), outro sugere que as empresas deviam recompensar a criatividade dos *modders* com oportunidades de trabalho (C.S). Três dos entrevistados não conseguiram dar ideias (L.M, M.R, L.M).

A vigésima, e última pergunta, "Na sua opinião qual será o caminho a seguir no que toca ao futuro do *modding*?" pretende obter, dos entrevistados, indicações, conselhos e sugestões para o futuro do *modding*, assim como aquilo que acham que deve ser a prioridade para o futuro do *modding* de videojogos nos próximos anos. O conjunto das respostas a esta última pergunta oferece-nos uma visão daquilo que os entrevistados acham que será, ou poderá ser, o futuro do *modding*. Três dos entrevistados salientam que o futuro do *modding* passará pelo acesso a *mods* nas consolas e em outras plataformas (R.S, M.R, R.C). Dois dos entrevistados acreditam que o futuro do *modding* passará pela criação de plataformas universais de *modding* acessíveis a todos e onde as pessoas vão poder modificar os seus jogos baseados num *template* e depois partilhar, ou vender, as suas criações (D.R, M.R). Dois dos entrevistados consideram que o futuro passará obrigatoriamente por uma melhor motivação dos *modders* para que estes continuem a fazer o seu trabalho e para que possam fazer mais e melhor (P.G, G.P). Em relação às respostas mais heterogéneas podemos referir que, para um dos entrevistados, o futuro passa, como foi referido anteriormente, pela criação de uma legislação que regule o universo do *modding* (T.S), enquanto que outro dos entrevistados sugere que o futuro passa por uma aproximação entre a indústria e os *modders*, que passarão a trabalhar em maior sintonia para benefício de todos, e em especial da indústria (R.G). Alguns entrevistados afirmam ainda que o futuro passa pela criação de mais *mods* e de mais jogos que aceitem *mods* (C.S, D.R), enquanto que outros referem que o futuro do *modding* é este tornar-se uma via profissional e uma porta de entrada para o mercado de trabalho (L.A, A.P). De referir ainda que alguns dos entrevistados sugerem que o futuro do *modding* passa muito simplesmente pela continuidade e pela evolução transmitindo a ideia de que, seja qual for o caminho, o *modding* tem muito potencial por explorar (L.M, L.A, J.B). Apenas um dos entrevistados não deixou qualquer sugestão (M.M).

Conclusão

Após a análise ao conjunto das entrevistas podemos concluir que a influência, e o impacto, do *modding* de videojogos junto dos jogadores portugueses ainda varia muito consoante o seu *background* e as suas preferências pessoais no que toca a videojogos e plataformas. Apesar de todos os avanços tecnológicos na área dos videojogos, e do cada vez mais frequente lançamento de títulos multi-plataforma e dos avanços no que toca à capacidade das consolas, o *modding* ainda é um fenómeno em muito influenciado pelas diferenças entre plataformas (PC *versus* consolas) e pelo género de jogos onde ocorre (*FPSs*, *RPGs*, *Open world* games por exemplo), com essas diferenças a moldarem as respostas dos entrevistados no que toca a alguns assuntos relacionados com o *modding* e a moldarem também a sua atitude no que toca ao *modding*. Senão vejamos, o adepto de *MMORPGs* desconhecia por completo o fenómeno do *modding* de *software* enquanto que alguns adeptos das consolas pensavam que *mods* eram *cheats*, os adeptos de *RPGs* ou *FPSs* consideram que é uma forma de dar a volta ao facto de que esses jogos vêm com cada vez mais conteúdos trancados para serem vendidos em separado e os jogadores de RPG parecem ter maior tendência a consumir *mods.* Os adeptos do PC percepcionam o *mod* mais como uma forma de modificar conteúdo e não tanto como acrescento. Acrescente-se o facto de os adeptos do PC serem os que estão mais inclinados a entrar no mundo da criação de conteúdos em oposição à maioria dos adeptos das consolas que afirmaram nunca ter reflectido sobre o assunto, contudo os adeptos de PC são também os únicos a opor-se à ideia de um dia virem a pagar[65] por esses mesmos conteúdos.

Importa também referir que nem tudo pode ser analisado e etiquetado de forma uniforme e homogénea, é importante referir o facto de que, em várias perguntas, os mais variados *backgrounds* no mundo dos videojogos nem sempre motivam respostas diferentes. Tal tendência foi especialmente visível quando temos jovens, desempregados adeptos de consola, e que jogam várias horas por dia, a darem respostas semelhantes a adultos, empregados e adeptos de PC, que jogam menos horas por dia, o que deixa a ideia de que cada vez mais, os videojogos são uma indústria com cada vez mais adeptos, que esboroa as barreiras entre géneros, idades ou fases da vida.

O facto de que metade dos entrevistados refere a existência de lacunas também pode ser considerado como sendo um dos motivos para que os *mods* sejam cada vez mais importantes para quem joga e pode ser considerado como sendo uma crítica indireta aos atuais modelos de negócio na indústria e que têm sido mais perceptíveis nos grandes

[65] Com recurso a dinheiro

lançamentos, com vários títulos AAA[66] a ficarem manchados com maus lançamentos, ou políticas de restrição de conteúdos algo "duvidosas". Se os jogadores, quando as consolas funcionavam offline, pagavam pelos jogos e aquilo que pagavam era aquilo que recebiam, quando compravam os cartuchos para a sua *Mega Drive* por exemplo, atualmente pagar por um jogo nem sempre significa que a pessoa receba o mesmo conteúdo que outra pessoa que compre o mesmo jogo, ou que o jogo venha em condições de ser jogado. Se olharmos para casos como o lançamento do *Elder Scrolls: Skyrim* ou do *Assassins Creed Unity* podemos ter uma pequena noção do problema, com ambos os jogos, apesar de serem jogos maioritariamente[67] *singleplayer offline*, a necessitarem de ligações à internet para que os jogadores fizessem *download* dos *patches* substantivos logo no primeiro dia porque começaram a ser vendidos antes de serem completamente testados ou polidos o que colocava sérios problemas aos jogadores que não possuíssem ligação à internet. No entanto uma grande parte dos consumidores tinham já comprado os jogos ainda antes de estes estarem disponíveis nas lojas, isto por causa de todas as estratégias postas em prática pela indústria de forma a conseguir o maior lucro possível com conteúdos que ainda não foram publicados ou testados.

Figura 1.8 - Imagem satírica que pretende ilustrar a evolução do modelo de negócio da indústria dos videojogos (autor desconhecido)

Os *pre-order bonus*, as *season passes* e os *DLCs* são exemplos destas políticas, sendo que, no caso do *Assassins Creed Unity*, a situação tomou proporções tão graves que a *Ubisoft* foi forçada a oferecer todos os conteúdos que tinha planeado vender e em troca os jogadores, que usassem esses conteúdos agora gratuitos, perdiam o direito de processar a empresa. Tendo em conta todas estas situações, não é de estranhar que o *modding* tenha cada vez mais impacto na forma de jogar dos jogadores portugueses, apesar de ser algo ainda reservado para quem joga no PC, o *modding* parece ser então referido como uma

[66] Jogos com os maiores orçamentos
[67] O *Assassins Creed Unity* possuía um modo multijogador online

espécie de escape, ou alternativa, que permite que os jogadores evitem estas políticas, sendo que alguns entrevistados referem mesmo que o *modding* é a chave para desbloquear o verdadeiro potencial dos jogos, que muitas vezes é trancado pela indústria de forma a obter mais lucro.

Outro ponto a reter após a análise às respostas dadas pelos entrevistados, prende-se com a sua participação ativa na criação de conteúdo, ou falta dela, sendo que esta é uma imagem recorrente nesta dissertação e que pode servir como crítica em torno de todo o otimismo à volta da chamada cultura participativa. Se é verdade que atualmente os meios e a liberdade necessárias para sermos produtores, difusores e consumidores dos mais variados conteúdos poderá estar à distância de um clique, a verdade é que a ideia inicial para esta dissertação era a de entrevistar *modders*, os criadores, no entanto após meses de buscas e contactos não foi possível encontrar alguém que modificasse ou conhecesse quem modificasse jogos em Portugal. De acrescentar ainda que a grande maioria dos jogadores (doze) já consumiu *mods*, mas todos eles (catorze) nunca criraram ou tentaram sequer criar um *mod*, e com apenas sete a admitirem "já ter pensado no assunto". Ou seja, podemos afirmar que o acesso, ou facilidade no acesso, às ferramentas para criação de conteúdos, não implica que todos criem esses mesmos conteúdos - assistimos a gradações do envolvimento ativo. Tal como referem Jenkins (*et.al*) neste mundo de cultura participativa muitos vão explorar superficialmente, uns vão explorar mais a fundo e poucos vão dominar as habilidades necessárias para criação, habilidades essas que são muito valorizadas pela comunidade. (Jenkins *et.al*, 2009: 6).

Após vinte perguntas, que geraram duzentas e oitenta respostas sobre os mais variados tópicos relacionados com o *modding* e com o futuro do mesmo, o *modding* parece ter impacto nos mais variados hábitos de jogo dos entrevistados, independente das suas preferências pessoais em termos de jogos ou plataformas. Uns usam-nos para aumentar o conteúdo dos seus jogos, outros para transformarem os jogos mais ao seu gosto, outros empregam-nos ainda para corrigir erros ou outras falhas. No entanto fica no ar que esse impacto ainda poderá engrossar, sendo que os entrevistados parecem ter ideias claras sobre o que deve mudar e quais os caminhos a seguir. Talvez subsistam diferenças nas opiniões de quem joga, mas essas diferenças talvez sejam provenientes da própria natureza das plataformas e dos géneros de jogo onde as pessoas optam por jogar. Se um jogador que opta por uma consola poderá estar à procura de uma experiência mais instantânea e acessível, o jogador de PC, através do seu maior investimento e das preocupações constantes com as especificações técnicas da sua máquina e dos jogos que quer correr, talvez pretenda retirar algo mais dos seus jogos do que entretenimento instantâneo. Da mesma forma, um jogador de *RPG* espera retirar algo do seu jogo que não esperaria alcançar de um simulador de futebol por exemplo. Mas, tal como foi possível observar

durante a análise às respostas, as consolas e os PCs parecem estar a convergir, sendo que, tal como vários entrevistados referem, as consolas hoje em dia são autênticos computadores, têm que estar constantemente ligadas à internet, possuem discos rígidos, teclados e outros acessórios periféricos, sendo que essa convergência até pode ser vista através do aparecimento de géneros de jogos, tipicamente associados aos PCs, nas consolas[68]. A principal diferença é que o PC tem acesso a *mods* e as consolas não - e mesmo isso poderá estar prestes a mudar com a *Bethesda* a anunciar que o *Fallout 4* poderá suportar *mods* nas consolas, ou seja, a tecnologia já permite essa convergência, mas tal como Jenkins refere, apesar de já haver a tecnologia para o fazer, quem a possui parece não saber porque é que as pessoas querem convergência (Jenkins, 2008, p.20).

O futuro, tal como foi referido por alguns dos entrevistados, parece caminhar então para o formato multi-plataforma, quer nos jogos, quer no acesso a *mods*, no entanto nem tudo é um "mar de rosas" no *modding.* Tal como vários entrevistados referem, existe ainda um longo caminho a percorrer no sentido de criar uma legislação mais robusta, que proteja quem cria, quem joga e a indústria, de forma a evitar violações de *copyright* e a deterioração da relação entre as partes envolvidas. Torna-se também necessário fomentar essa relação através de uma revisão dos moldes de trabalho dos *modders* e da implementação de uma política de incentivos ao seu trabalho, sem esquecer que quem joga e quem consome também têm que estar de acordo com essas políticas para evitar situações como a que aconteceu recentemente com a *Steam*[69]*,* porque, tal como um dos entrevistados referiu, quem paga estará mais disposto a dar o seu dinheiro se estiver de acordo com a situação. Há ainda quem considere que o caminho a seguir passa pela profissionalização dos *modders* e da sua integração no tecido criativo das empresas. Seja qual for o percurso indicado, a opinião dos entrevistados parece ser unânime: o futuro do *modding* passa pelo seu crescimento e pela sua expansão, de forma a que este esteja disponível em mais títulos, em mais plataformas e ao alcance de todos os jogadores, porque isso será benéfico para a indústria, para quem cria e, acima de tudo, para quem joga.

Antes de terminar convém deixar a janela aberta para uma futura investigação que analise mais detalhadamente os moldes, e as políticas, atuais da indústria dos videojogos, que tente perceber o que mudou nos últimos anos e quais os impactos dessa mudança em quem joga, em quem cria conteúdos e na indústria, deixando ainda a sugestão para uma investigação sobre as comunidades de *modders* que possam existir, em Portugal ou até mesmo a nível europeu, de forma a perceber a extensão das mesmas e o volume de conteúdos produzido por cada uma delas e qual o seu impacto nas contas da indústria.

[68] Caso do *Final Fantasy XIV* ou do *Elder Scrolls Online*, dois *MMORPGs* multi-plataforma
[69] Como a que aconteceu recentemente com a *Steam* e com a sua tentativa de remunerar o trabalho dos *modders*, tal como um dos entrevistados referiu.

Bibliografia

Toffler, Alvin (1980), *The third wave*. New York. Bantam books.

Certau, Michel De (1984), *The practice of everyday life*. Berkley. University of California press.

Jenkins, Henry (1992), *Textual Poachers: Television, fans and participatory culture*. New York. Routledge.

Crawford, Chris (1984), *The Art of Computer Game Design*. [s. l.]. Berkley. Mcgraw-Hill Osborne Media.

Castells, Manuel (2004), *A internet e a sociedade em rede*. *in* Paquete de Oliveira, José Manuel e Gustavo Cardoso, José Barreiros (2004), *Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação*. Lisboa. Quimera.

O'reilly, Tim (2005), *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* (Online)
URL: http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html (Consultado a 4 de Fevereiro de 2015).

Hjorth, Larissa (2011), *Games and gaming: An introduction to new media*. New York. Berg.

Hall, Wendy (2011), *The Ever Evolving Web: The Power of Network*. International Journal of Communication 5.

Ducheneaut, Nicolas, Moore, Robert (2004), *The social side of gaming: a study of interaction patterns in a massively multiplayer online game*. In: Proceedings of CSCW 2004. New York. ACM.

Bogost, Ian (2007), *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge. MIT.

Sicart, Miguel (2011), *The Ethics of Computer Games*. [s. l.]. Cambridge. The MIT Press.

Harper, Elisabeth (2013). *Insiders Explain How Social Media and Video Games Are Merging*. (Online)
URL: http://sproutsocial.com/insights/social-media-video-games/ (Consultado a 19/06/2014)

Carriker, Megan (2011), *How Video Game Companies Are Using Facebook*. (Online)
URL: http://www.ignitesocialmedia.com/facebook-marketing/how-video-game-companies-are-using-facebook/ (Consultado a 19/16/2014)

Bannister, Kristian (2013), *How social media is changing the video game industry*.(Online)
URL: http://www.noporkpies.com/blog/innovation/how-social-media-is-changing-the-video-game-industry/ (consultado a 17/06/2014)

Egenfeldt-Nielsen, Simon e Jonas Smith, Susana Tosca (2008), *Understanding videogames: the essential introduction*. New York. Routledge.

Letzter, Rafi (2015). *Online communities are changing video games to make them better, weirder, and much more wonderful*. Business Insider. (Online)
URL: http://www.businessinsider.com/video-game-modding-2015-7 (Consultado a 20/07/2015)

Münch, Merlin (2013), *Fooling the user? Modding in the video game industry*. Internet Policy Review. Volume 2. Issue 2. (Online)
URL: http://policyreview.info/node/139/pdf (Consultado a 15/07/2015)

Wolf, Mark (2012), *Encyclopedia of Video Games*: A-L. ABC-CLIO.

Scacchi, Walt (2010), *Computer game mods, modders, modding, and the mod scene*. First Monday, Volume 15, Number 5 (Online)
URL: http://firstmonday.org/article/view/2965/2526 (Consultado a 13/04/2015)

Von Hippel, Eric (2005), *Democratizing innovation*. Cambridge. The MIT press.

Postigo, Hector (2010), *Modding to the big leagues: Exploring the space between modders and the game industry*. First Monday, Volume 15, Number 5 (Online)
URL: http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2972/2530 (Consultado a 13/04/2015)

Sotamaa, Olli (2007), *On modder labour, commodification of play, and mod competitions*. First Monday, volume 12, Number 9 (Online)
URL: http://firstmonday.org/issues/issue12_9/sotamaa/index.html (Consultado a 13/04/2015)

Alan Altizer Jr, Roger (2013). *A grounded legal study of the breakdown of modders' relationships with game companies or legal threats shake moral beds*. University of Utah.

Von Hippel, Eric e Joachim Henkel (2005), *Welfare Implications of User Innovation*. The Journal of Technology Transfer, Vol. 30, Issue 1-2.

Jenkins, Henry *et.al* (2009), *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. London. MIT Press. (Online)
URL:
https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free_download/9780262513623_Confronting_the_Challenges.pdf (Consultado a 5/09/2015)

Jenkins, Henry (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medias de comunicación*. Barcelona. Ediciones Paidós Ibérica. (Online)
URL: https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf (Consultado a 24/09/2015)

Anexos

Anexo - A: Guião das entrevistas

Perguntas orais relativas ao seu background enquanto *gamer*

-Anos enquanto gamer
-Como começou
-Plataforma preferida
-Género preferido
-Jogo preferido
-Média de horas de jogo diária
-Utiliza ou conhece alguma base de dados de *modding*?

Guião principal da entrevista

Já ouvi falar de *modding*? Quão familiarizado está com o conceito de *modding* de videojogos?

Na sua opinião, o que é um *mod*? Qual é a função ou o objectivo de um *mod*?

O que leva os jogadores a modificarem os seus videojogos?

Alguma vez utilizou um *mod*? Em que jogo e porquê?

Acha que o acesso/suporte para mods condiciona os padrões de consumo de videojogos/plataformas de videojogos por parte dos jogadores? Porquê?

E os seus padrões? Já se sentiu condicionado?

Conhece os jogos: *Modnation Racers* ou *Little Big Planet*?

Tendo em conta a existência de jogos como *Modnation Racers* ou *Little Big Planet*, qual a sua opinião no que toca ao *modding* nas consolas? Acha que é possível? Porque é que ainda não foi implementado?

Acha que os *mods* são benéficos para a indústria dos videojogos? Em que sentido?

Acha que os *mods* são benéficos para os jogadores? Em que sentido?

Qual é a sua ideia em relação aos *modders* e ao seu trabalho?

Alguma vez pensou em entrar no mundo da criação de *mods*?

Acha que o trabalho de um *modder* deveria ser remunerado?
E se não for financeiramente? Achas que é possível retirar contrapartidas sem serem as financeiras?

Tentando colocar-se na pele de um jogador e de um *modder*, concorda com a iniciativa da *Steam* de tentar recompensar os *modders* através de um modelo de *mods* pagos?

Como jogador era capaz de pagar por um *mod*? Porquê? Quanto? Subscrição?

O que acha do modelo escolhido pela *Steam* para tentar incorporar esta mudança?

Na sua opinião qual é o verdadeiro valor de um *mod* para quem joga, para quem cria e para a industria?

Na sua opinião como jogador e modder, e tendo em conta a resposta anterior, quem deveria remunerar o trabalho dos *modders*? Os jogadores que beneficiam dos *mods*? Ou a indústria que beneficia do aumento das suas receitas graças aos *mods*? Ou ambas?

Tendo em conta todas as respostas anteriores, qual seria a melhor forma de implementar uma política de remuneração ou contrapartidas do trabalho dos *modders*?

Para finalizar, na sua opinião qual será o caminho a seguir no que toca ao futuro do *modding*?

Perguntas relativas à identificação base do entrevistado

-Nome:
-Sexo:
-Idade:
-Localidade da residência:
-Localidade de nascimento:

Perguntas relativas às suas habilitações académicas/emprego

-Habilitações académicas/instituição/curso
-Empregado?
-Situação na profissão?
Patrão,
Trabalhador por conta de outrem (Empregado)
Trabalhador por conta Própria (Freelancer)
-Desde?
-Área?
-Trabalhador estudante?

Anexo - B: *Backgrounds* dos entrevistados

Entrevista Nº1
-Nome: P.G
-Sexo: Masculino
-Idade: 23
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Lisboa
-Habilitações académicas/instituição/curso: Análises clínicas e saúde publica na Escola Superior de Tecnologias e Saúde de Coimbra
-Empregado? Não
-Situação na profissão? N/a
-Desde? N/a
-Área? N/a
-Trabalhador estudante? N/a
Anos enquanto gamer?
De ligação com os videojogos… por aí desde os doze… antes um gajo já jogava Gameboy e cenas por aí… aos oito anos, sete anos uma pessoa começa a jogar Gameboys e coisas assim… e até hoje que tenho vinte e três… Portanto... dos oito aos vinte e três são dois… dez… quinze.
Como começou?
Não me lembro qual foi a primeira mas lembro-me qual foi a primeira marcante… que foi jogar Pokemon no Gameboy. **J**ogar Pokemon no Gameboy foi genial, ainda hoje se me meteres um jogo de Pokemon eu me divirto… apesar de pronto não posso dizer isto às pessoas só estou a dizer porque é anónimo. Mas acho que ya, Pokemon e Gameboys foi o início
Plataforma preferida?
Computador, computador claramente por tudo, pela customização, pela acessibilidade e pela qualidade dos jogos que é superior.
Género preferido?
RPGs
Jogo preferido?
É por aí, tenho vários jogos favoritos, o Bioshock é muito bom, puto o Personna… e o Pokemon.
Média de horas de jogo diária?
Uma horinha, duas horinhas.
Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?
Utilizo a não sei quê scrolls a que tem as… Nexus, nem mais, plataforma Nexus.

Entrevista Nº2
-Nome: R.G
-Sexo: Masculino
-Idade: 26
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Martiniers, Suiça
-Habilitações académicas/instituição/curso: Design de animação e multimédia em Portalegre
-Empregado? Não
-Situação na profissão? N/a
-Desde? N/a
-Área? N/a
-Trabalhador estudante? N/a
Anos enquanto gamer?
RG - Bués man... para aí… à vontade uns dezassete.
Como começou?
O primeiro jogo que eu me lembro de jogar foi o *Prince of Persia* num PC bué antigo acho que era Windows 98, ou se calhar anterior mesmo.
Plataforma preferida?
PC
Género preferido?
Em geral gravito à volta de RTS, RPG, alguns jogos de acção assim de tiros… não saio muito daí.
Jogo preferido?
Tenho vários, sei lá… de memória assim nostálgicos quase e até através do que aquilo me proporcionou em termos de história, *Metal Gear Solid*, toda a saga, apesar de não ter jogado todos os títulos mas sim… *Minecraft* pela liberdade que dá apesar de não o jogar muito agora, sei que o *Resident Evil 4* me marcou, foi uma experiencia, nunca tinha jogado nada assim, e outros.
Média de horas de jogo diária?
Eu diria duas a três horas.
Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?
Com frequência uso o *Mod DB* e o sistema *Nexus*.

Entrevista Nº3
-Nome: T.S
-Sexo: Masculino
-Idade: 29
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Santa Maria dos Olivais, Lisboa
-Habilitações académicas/instituição/curso: Manutenção de componentes aeronáuticas, TAP Portugal S.A
-Empregado? Sim
-Situação na profissão? Efectivo
-Desde? Outubro de 2011
-Área? Técnico de manutenção de componentes de avião, TAP Portugal S.A
-Trabalhador estudante? N/a
Anos enquanto gamer?
Olá Pedro, portanto eu tenho cerca de… comecei a jogar cerca dos cinco anos em PC, MS-Dos, portanto… vinte e três anos de jogo, estou com vinte e nove anos, tenho vinte e três anos de *gamer*. Iniciei a minha carreira de jogo em Dos, depois passei para as plataformas dezasseis bits de *SNES* e *Mega Drive*, e avancei para… pronto, mantive-me um bocado nas consolas e passei um bocado pelo PC também, mas pronto, isto já é fora do âmbito da pergunta.
Como começou?
A introdução ao mundo do jogo foi um bocado repentina, o meu pai trouxe uma máquina antiga para casa e ofereceu-me, um computador bastante antigo, um 80286, e os colegas de trabalho dele também lhe entregaram alguns jogos para eu jogar. Comecei com jogos muito básicos, *Prince of Persia*, *Histórik*, *Commander Keen* entre outros do mesmo género, jogos muito simples mas que, na altura, eram bastante desafiantes. Entretanto agradou-me o facto do efeito digital dos videojogos, a possibilidade de eu ser um personagem e interagir directamente com esse personagem numa tela em vez de ver um filme, e progredi para jogos mais complexos, actualmente jogos as plataformas mais

actuais de *Playstation*, jogo pouco PC porque era necessário um grande investimento, mas foi a partir daí que eu comecei, um PC muito antigo, muito arcaico, e jogos para essa plataforma.

Plataforma preferida?

É assim, eu gostava de dizer que a minha plataforma preferida era o PC, porque é a máquina mais versátil que existe, só que o investimento para um PC para acompanhar os tempos é demasiadamente extenso e demasiadamente frequente, de 6 em 6 meses seria necessário fazer upgrades ao PC para me manter dentro das especificações, portanto optei por uma plataforma que mantém a compatibilidade independentemente do passar do tempo, nomeadamente a *Playstation* 3, se bem que agora está a entrar em descontinuo e terei que fazer o salto para a *Playstation* 4. A vantagem é que optando por uma consola, que não é a minha preferência inicial, mantenho-me sempre compatível com os jogos que saem, ao passo que no PC eu seria obrigado a fazer upgrades constante.

Género preferido?

RPGs sem duvida, RPGs, simuladores de voo e alguns FPSs, mantenho-me dentro desse género de jogos em termos preferenciais.

Jogo preferido?

Epah, isso é uma pergunta muito complicada. O jogo que mais me trancou de todos foi, sem dúvida, o *Final Fantasy VII* pela *Squaresoft*, na altura chamava-se assim mas actualmente é a *Square-Enix*, foi um jogo que primou bastante pela história, pelos efeitos visuais, se bem que actualmente uma pessoa olha (para o jogo) e vê polígonos mas na altura eram fantásticos, o facto de usarem telas, desenhos atrás do efeito do personagem era bastante interessante e participava bastante no olho. Dentro de outros géneros, é uma pergunta muito complicada, é que… opah olha, dentro de simuladores vou dizer-te o *Flight Simulator*, sempre foi um jogo que me agradou bastante se bem que é um bocado entediante porque não tem objectivo, é só mesmo simular o voo de um avião. Dentro de FPSs, é muito variável, acho que vou manter mesmo o *Final Fantasy VII* como o meu jogo favorito de todos os tempos e é melhor não aprofundarmos mais isto.

Média de horas de jogo diária?

É muito variável, mas posso garantir-te que em dias normais sou capaz de jogar entre duas a cinco horas, dando a média mais próxima diria duas horas porque, como tenho responsabilidades laborais, não me convém esticar muito no investimento em horas de jogo. Portanto dou-te duas horas de media, por dia.

Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?

Plataforma de mods? Já há muito tempo que não me meto, não me lembro de nenhuma assim em particular que te possa dizer.

Entrevista Nº4

-Nome: R.S

-Sexo: Masculino

-Idade: 23

-Localidade da residência: Confidencial

-Localidade de nascimento: Lisboa

-Habilitações académicas/instituição/curso: 12º (incompleto), Marketing, Henriques Nogueira, Torres Vedras

-Empregado? Não

-Situação na profissão? N/a

-Desde? N/a

-Área? N/a

-Trabalhador estudante? N/a

Anos enquanto gamer?

Por aí desde os meus seis anos, quando comecei a acompanhar o meu irmão, mas não era muito de jogar (no inicio) era mais de ver.

Como começou?

Comecei como disse anteriormente, a ver o meu irmão a jogar e isso despoletou o meu interesse, era como se fosse ver um filme mas num meio muito mais interactivo.

Plataforma preferida?

Ah ok, talvez a Playstation.

Género preferido?

Ya, são simuladores ligados a desportos radicais, alguns jogos de terror e alguns jogos de plataformas.

Jogo preferido?

Silent Hill, *Resident Evil*, *Skate*, *Tony Hawk*.
Média de horas de jogo diária?
Não consigo jogar mais de uma hora e meia, fico mal disposto.
Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?
Não, não conheço.

Entrevista Nº5
-Nome: C.S
-Sexo: Masculino
-Idade: 26
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Caldas da Rainha
-Habilitações académicas/instituição/curso: 12º Ciências sociais e humanas, e Turismo na Escola superior de Tecnologias e do Mar de Peniche.
-Empregado? Sim
-Situação na profissão? Gestor de stock na Worten
-Desde? 2011
-Área? Gestor de stocks
-Trabalhador estudante? N/a
Anos enquanto gamer?
Tenho quinze anos enquanto gamer.
Como começou?
Eu comecei através de.. Toda a gente com quem eu me dava começou a jogar, e através daí eu fui jogando também. Principalmente jogos online.
Plataforma preferida?
PC e Playstation 4.
Género preferido?
RPG
Jogo preferido?
Vários… *Final Fantasy*, *World of Warcraft*, *Elder Scrolls*, por aí.
Média de horas de jogo diária?
Talvez três, três horas, não muito mais, agora devido à situação profissional.
Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?
Não.

Entrevista Nº6
-Nome: D.R
-Sexo: Masculino
-Idade: 25
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Lisboa
-Habilitações académicas/instituição/curso: 12º ano, área das energias renováveis, painéis foto voltaicos
-Empregado? Sim
-Situação na profissão? A contrato, 3 meses
-Desde? 15/06/2015
-Área? Nadador Salvador
-Trabalhador estudante? Sim
Anos enquanto gamer?
Cerca de quinze anos.
Como começou?
Tudo começou com, enfim, precisava de alguma coisa para me entreter em casa nos tempos mortos, tempos assim chuvosos, e os meus pais decidiram comprar uma consola que era, neste caso, a *Sega Mega Drive 2* e a partir daí comecei a ter o gosto por jogos, na altura não eram assim tão sofisticados, mas as coisas têm evoluído e tenho passado por várias consolas e computadores e neste momento sinto que os jogos, para mim, são uma grande parte da minha vida e um grande entretenimento para a minha vida.
Plataforma preferida?

Eu gosto de várias plataformas. *Playstatiom, Xbox* ou computador, todas são boas dependendo da sua capacidade ou características, se calhar o computador será a melhor opção para mim visto que é mais modificável e dá para alargar mais horizontes.

Género preferido?

O meu género de jogo favorito, eu acho que para muitos é o mesmo, o GTA para mim é um género de jogo, visto que dá para fazer muita coisa, tem muito entretenimento desde o primeiro jogo até agora. Tem sido o melhor para mim, sim, sem dúvida, esse é o meu género de jogo preferido.

Jogo preferido?

Bem, é esse, o GTA, tive outros jogos mas o GTA, sem duvida, é o que tem tido mais influencia nessa área.

Média de horas de jogo diária?

Bem, contanto que às vezes posso estar a fazer trabalho, às vezes posso fazer doze horas de jogo como posso também não chegar a tocar na *Playstation*, ou outra plataforma. Mas uma média seria seis horas por dia.

Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?

Não tenho assim nenhuma especifica… Eu simplesmente pesquiso na internet e à base disso aparecem sites, blogs, e eu tento pesquisar qual é o que seria mais fiável e aqueles que funcionam, porque muitas vezes não funcionam, porque vamos experimentar e a versão não é igual, ou qualquer coisa muda. Simplesmente pesquiso.

Entrevista Nº7

-Nome: L.M
-Sexo: Masculino
-Idade: 19
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Santarém
-Habilitações académicas/instituição/curso: 9º ano, curso de hotelaria
-Empregado? Sim
-Situação na profissão? N/a
-Desde? N/a
-Área? RP e barman
-Trabalhador estudante? Não

Anos enquanto gamer?

Enquanto gamer tenho cerca de doze anos.

Como começou?

Playstation 1

Plataforma preferida?

Playstation 3 e computador.

Género preferido?

Tiro e estratégia.

Jogo preferido?

Arma 3

Média de horas de jogo diária?

Em média… Se eu puder passar o dia inteiro… Passo o dia inteiro.

Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?

Sim, o *Armaholic*, que é para o *Arma 3*, temos também uma grande base de dados que é o site brasileiro da ETS de mods para o *Euro Truck Simulator 2*.

Entrevista Nº8

-Nome: L.A
-Sexo: Masculino
-Idade: 22
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Alhandra, Vila Franca de Xira
-Habilitações académicas/instituição/curso: Licenciado em História Moderna e Contemporânea, Mestrando em Comunicação, Cultura e TIC no ISCTE.
-Empregado? Não
-Situação na profissão? N/a
-Desde? N/a
-Área? N/a

-Trabalhador estudante? N/a
Anos enquanto gamer?
Eu devo ter começado com cinco ou seis anos, numa consola daquelas com vários jogos, do Super Mário etc… Depois tive uma *Mega Drive* em segunda mão, ainda a tenho, até ao ano 2000 e a partir de 2001 comecei a ser gamer de PC. Desde aí até agora tem sido quinze anos de PC gaming.
Como começou?
Ver resposta anterior
Plataforma preferida?
É o PC, aliás eu tenho uma PS2 mas nunca a uso e nunca a usei, é em segunda mão. Todas as consolas que eu tenho são em segunda mão e é porque são oferecidas por familiares. PC sempre.
Género preferido?
RPGs, MMORPGs e shooters, tipo Counter Strike… Sou variado.
Jogo preferido?
Um dos meus jogos preferidos é o *The Elder Scrolls Morrowind*, depois vem o *Skyrim* e o, mais recente, *The Witcher 3*. Para mim são os meus jogos favoritos.
Média de horas de jogo diária?
Ui… Entre dez, doze, depende do dia também, se for um dia em que eu não tenha nada para fazer posso estar catorze horas à frente do PC, não tenho problema com isso.
Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?
Sim. O *Nexus*, e a base de dados da *Steam*, o *Workshop*. Esses dois principalmente.

Entrevista Nº9
-Nome: M.R
-Sexo: Masculino
-Idade: 24
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Lisboa
-Habilitações académicas/instituição/curso: Licenciado em Línguas Literaturas e Culturas pela Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa
-Empregado? Sim
-Situação na profissão? N/a
-Desde? 22/07/2015
-Área? Estudos de mercado
-Trabalhador estudante? N/a
Anos enquanto gamer?
Enquanto gamer tenho cerca de uns quinze anos, dezasseis, dezassete, por volta disso. Eu sei que comecei a jogar aos sete, agora tenho vinte e quatro, portanto…
Como começou?
Como é que eu comecei… As minhas primeiras experiencias de gaming terão sido provavelmente em máquinas *árcade* com jogos como Puzzle Bubble, ou Metal Slug, Street Fighter… Por aí.
Plataforma preferida?
PC, sem sombra de dúvida
Género de jogo preferido?
Não te consigo discriminar nenhum, tenho vários géneros favoritos.
Jogo preferido?
Tenho um grupo muito grande de jogos favoritos, mais recentemente, os jogos que eu mais gostei foram o Witcher 3 e o GTA 5.
Média de horas de jogo diária?
Isso depende da minha disponibilidade, mas enquanto joguei o Witcher 3 chegava a jogar umas duas horas por dia.
Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?
Aquela à qual recorri com mais frequência foi a *Nexus mods*.

Entrevista Nº10
-Nome: M.M
-Sexo: Masculino
-Idade: 26
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Torres Vedras

-Habilitações académicas/instituição/curso: Mestrado integrado em Engenharia Electrotécnica e de Computadores na Universidade de Coimbra.
-Empregado? Sim
-Situação na profissão? Tempo inteiro
-Desde? 01/02/2015
-Área? Instalações de circuitos eléctricos em barcos
-Trabalhador estudante? Não
Anos enquanto gamer?
Quantos anos? Dezasseis possivelmente
Como começou?
Começar… Ora bem, isto ainda começou antes do computador, na altura eram consolas Nintendo, que se vendiam, eram jogos bastante limitados graficamente , nada como os jogos de agora, mas em termos de especificidade não consigo dizer…
Plataforma preferida?
Neste momento não jogo, mas se tivesse que escolher seria computador
Género preferido?
Estratégia sempre foram os meus preferidos, jogos de condução também
especialmente para a *Playstation*, e aventura também, alguns.
Jogo preferido?
Jogo preferido…Sinceramente, o último jogo preferido que tive não era bem um jogo era mais um simulador, *Flight Simulator*, também joguei vários anos *World of Warcraft*, *FIFA* de vez em quando com colegas mas, em termos de jogos pelo menos aqueles que passei mais tempo a jogar foram mesmo *Flight Simulator, World of Warcraft*, alguns jogos de estratégia, são vários os nomes, *Empire Earth, Age of Empires, Commandos*.
Média de horas de jogo diária?
Na altura que jogava, *World of Warcraft,* por exemplo, havia dias que começavam de manhã e acabavam à noite, e as únicas pausas que eram feitas eram mesmo para refeições e pouco mais. Mas em termos de média, média nos últimos anos, ou seja, nos últimos anos enquanto jogador, possivelmente duas horas por dia, se tivesse que distribuir as horas de jogo por semana, seriam duas horas de jogo por dia.
Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?
Não.

Entrevista Nº11
-Nome: G.P
-Sexo: Masculino
-Idade: 20
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Lisboa
-Habilitações académicas/instituição/curso: Licenciatura em Línguas, Literaturas e Culturas,
-Empregado? Não
-Situação na profissão? N/a
-Desde? N/a
-Área? N/a
-Trabalhador estudante? N/a
Anos enquanto gamer?
Eu comecei a minha carreira de gamer muito cedo, penso que por volta dos meus quatro anos já tinha contacto com os videojogos.
Como começou?
Eu comecei com a *Mega Drive*, eu ia para casa dos meus primos e íamos jogar *Mega Drive*, lembro-me que dos primeiro jogos que comecei a jogar foi o *Mortal Kombat*, havia outros, o *Dragon Ball, Jurassic Park* é um clássico também. Foi assim que tudo começou.
Plataforma preferida?
A minha plataforma preferida neste momento vá, não tenho nenhuma preferida mas eu diria, talvez, o PC, é a plataforma que eu opto sempre.
Género preferido?
O meu género preferido será os *roleplaying games*, quando era miúdo jogava muito *Final Fantasy*, talvez os *roleplaying games* japoneses, o seu estilo é o meu preferido, também tenho gosto pelos americanos, mas o japonês é mesmo aquele que mais me capta a atenção.
Jogo preferido?

Eu tenho muitos, mas vou filtrar essa selecção e vou dizer que, talvez aquele que teve mais impacto na minha vida, não só porque ajudou a desenvolver a minha língua inglesa, mas também porque, até cento ponto, ajudou-me a melhorar como pessoa, e a aprender muitas coisas, será o *World of Warcraft*.

Média de horas de jogo diária

Eu nem todos os dias jogo mas quando tenho aquele tempo para mim, em que posso estar a jogar e a divertir-me um bocado, talvez, pelo menos umas três horas diárias.

Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?

Talvez a mais conhecida, a *Steam Workshop*, a *Nexus mods* e a *Curse* também sei que tem alguns mods ou *addons* para jogos, mas talvez a *Steam Workshop* seja aquela que eu uso com mais frequência.

Entrevista Nº12

-Nome: R.C
-Sexo: Masculino
-Idade: 24
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Lisboa
-Habilitações académicas/instituição/curso:12º ano, curso de programação.
-Empregado? Não
-Situação na profissão? N/a
-Desde? N/a
-Área? N/a
-Trabalhador estudante? N/a

Anos enquanto gamer?

Tenho vinte e quatro anos e devo ser gamer desde os seis, ou sete, não me lembro ao certo.

Como começou?

Com a *Commodore Amiga* do meu pai e com um *Gameboy* que ele me deu no natal.

Plataforma preferida?

PS2 e a Nintendo DS.

Género preferido?

Género não, mas jogos sim.

Jogo preferido?

Bem, o meu jogo preferido diria que é o *Oddworld*, o *Abe's Odyssey*, também gosto do Warcraft *3*, do *Frozen Throne*, do *Devil May Cry 3*, do *Beautiful Joe* e do *Fallout New Vegas*.

Média de horas de jogo diária?

Para aí três ou quatro, não sei ao certo… Depende também do dia, se for dia de semana são duas ou três, se for fim de semana, são três ou quatro.

Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?

Sim, a própria *Steam* tem, a *Nexus* também tem e, na altura em que eu jogava *Warcraft 3*, havia um site com mapas do *Warcraft*, não sei se consideram isso como *mods* ou não, e também havia vários sites com *mods* para, eu já não me lembro do nome, com *mods* para o *Quake* e para o *Doom*, já não me lembro do nome desses sites infelizmente.

Entrevista Nº13

-Nome: J.B
-Sexo: Masculino
-Idade: 35
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Lapa, Lisboa
-Habilitações académicas/instituição/curso:3º ano da licenciatura em matemática na Universidade Lusófona.
-Empregado? Sim
-Situação na profissão? A tempo inteiro
-Desde? 2003
-Área? Manutenção de aviões na TAP.
-Trabalhador estudante? Sim

Anos enquanto gamer?

Enquanto jogador… Ora bem, deixa-me só fazer as contas… Vinte e dois anos.

Como começou?

Basicamente, estamos a falar de vinte e dois anos em jogos online, porque sem ser online tenho mais seis anos para trás, por volta disso. Online… comecei a jogar jogos MMORPG e foi sempre a andar, foi sempre a evoluir.
Plataforma preferida?
PC.
Género preferido?
MMO.
Jogo preferido?
Neste momento eu limito-me a fazer um de cada vez, e neste momento está a ser o *Final Fantasy XIV*.
Média de horas de jogo diária?
Ui, agora recentemente… Até tenho feito poucas, deixa ver… Sete horas.
Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?
Não.

Entrevista Nº14
-Nome: A.P
-Sexo: Masculino
-Idade: 22
-Localidade da residência: Confidencial
-Localidade de nascimento: Setúbal
-Habilitações académicas/instituição/curso: Licenciatura em relações internacionais no ISCSP
-Empregado? Não
-Situação na profissão? N/a
-Desde? N/a
-Área? N/a
-Trabalhador estudante? N/a
Anos enquanto gamer?
Espera aí…. Nove provavelmente.
Como começou?
Comecei na *Playstation 2*, e antes já tinha tido uma experiência em consolas de…. Como por exemplo a *Sega*.
Plataforma preferida?
Playstation.
Género preferido?
Tiros e futebol principalmente.
Jogo preferido?
FIFA e *Call of Duty*.
Média de horas de jogo diária?
Por dia? Depende muito da altura do ano, mas creio que duas, três….
Utiliza ou conhece alguma base de dados ligada ao *modding*?
Creio que não…