

Do consumo à apropriação dos MMORPGs

From consumption to appropriation of MMORPGs

Fábio Rafael Augusto e Antónia do Carmo Barriga



Editora
Escola Superior de Comunicação Social

Edição electrónica
URL: <http://cp.revues.org/1359>
ISSN: 2183-2269

Este documento foi criado de forma automática no dia 2 Junho 2017.

Do consumo à apropriação dos MMORPGs

From consumption to appropriation of MMORPGs

Fábio Rafael Augusto e Antónia do Carmo Barriga

NOTA DO EDITOR

Recebido: 1 dezembro 2016

Aceite para publicação: 27 março 2017

Considerações iniciais

- 1 Com o aparecimento de videojogos como os *Massively Multiplayer Online Role Playing Games* (MMORPGs), na década de 90, dá-se o início de uma relação mais próxima entre consumidor e produtor: o jogador é chamado a tomar decisões acerca dos conteúdos que quer ver inseridos no MMORPG que utiliza. Esta relação de maior proximidade implica uma negociação mais ou menos constante da ‘realidade virtual’, onde os fóruns de discussão aparecem como ferramentas centrais que possibilitam aos utilizadores dar a conhecer aos administradores de jogo as suas mais diversas necessidades. Assim, levantam-se questões acerca do papel do jogador, pois, se noutros contextos ele se remetia à passividade, no contexto dos MMORPGs, torna-se um elemento ativo que procura ‘reclamar’ a sua ‘realidade de jogo’. Este novo papel coloca em causa estruturas de jogo rígidas, nas quais era suposto usufruir-se apenas de um espaço fechado com regras e normas pré-definidas e imutáveis. Deste modo, conceitos como ‘cultura de convergência’ e ‘cultura participativa’ tornam-se úteis para compreender as mudanças a que os videojogos têm vindo a estar sujeitos, em que a proximidade, a negociação e a moldagem constituem conceitos emergentes.

- 2 Neste contexto, e face à centralidade que o conceito de círculo mágico adquiriu, desde o seu aparecimento no âmbito da obra *Homo Ludens* (1938) até aos dias de hoje, parece-nos pertinente contestar alguns dos seus pressupostos, tendo em conta os vários processos de apropriação que foi conhecendo. A constatação de uma clara separação entre aquilo que é real e aquilo que é jogo deixou de constituir uma evidência, perdendo ainda mais validade quando se aplica ao contexto específico dos MMORPGs. É neste sentido que de seguida se discute a apropriação do espaço de jogo levada a cabo pelos jogadores, que se tornam agentes ativos no processo de moldagem do espaço virtual de que usufruem, onde a constante tensão que se vai estabelecendo no processo de moldagem a ‘dois ritmos’ (jogo e jogadores) traz consigo a necessidade de (re)pensar o terreno virtual, que se torna um espaço negociado por diversos agentes interessados em fazer valer a sua vontade.

1. Círculo mágico: O jogo enquanto elemento isolado?

- 3 Passados quase oitenta anos do lançamento da obra *Homo Ludens*, de Johan Huizinga (1938), a sua importância permanece uma evidência, como corroboram os debates mais recentes em torno do conceito de jogo. Alguns desses debates podem ser encontrados na recente obra *Playful Identities: The Ludification of Digital Media Cultures* (Frissen et al., 2015), que reúne contributos de um número significativo de autores de referência nas áreas dos “New Media” e “Game Studies”. Os autores realizam um *update* à obra de Huizinga e dão a conhecer a versão 2.0 da mesma, onde os erros ou *bugs* presentes numa primeira versão são corrigidos, face à emergência de fenómenos sociais como o advento da internet, a crescente massificação de videojogos e o crescimento da indústria em torno deles.
- 4 Com o crescente desenvolvimento do computador, das consolas, dos telemóveis e de outros artefactos tecnológicos, o jogo, de uma forma geral, e os videojogos, em particular, enfrentaram diversas transformações e passaram a assumir novas facetas, tendo-se massificado e tornado parte integrante do dia a dia de um número expressivo de pessoas em todo o mundo.
- 5 Estas transformações contribuíram para relançar alguns dos pressupostos sobre os quais Huizinga assentou a sua obra. Um desses pressupostos diz respeito ao conceito de círculo mágico, que se refere, como se verá, à separação que existe entre o espaço de jogo e o espaço onde se desenrola a vida real.
- 6 Com base em algumas afirmações realizadas por Huizinga na obra em causa, é possível tornar clara tal distinção: “o jogo não faz parte da ‘vida normal’, da vida ‘real’. É como que uma passagem para o exterior do ‘real’, para uma esfera de atividade temporária, dotada de uma ordem própria (...) estão só a ‘fazer de conta’” (Huizinga, 2003: 24).
- 7 Neste sentido, existem espaços específicos para que o jogador possa imergir num mundo à parte daquele que envolve o quotidiano, tais como “a arena, a mesa de jogo, o círculo mágico, o templo, o palco, a tela, o *court* de ténis e o tribunal” (Huizinga, 2003: 26). Todos eles servem para que se dê uma total imersão, onde o *role play* ganha sentido. Tais lugares ‘mágicos’ ou ‘não lugares’, pela sua existência subjetiva, aparentam assim ser caracterizados por um completo isolamento. Estamos, portanto, perante lugares onde “imperam regras especiais” (Huizinga, 2003: 26).
- 8 Desta forma, o jogo constitui uma pausa na vida quotidiana, distinguindo-se desta pelo lugar e pela duração que ocupa, sendo no lugar que reside a ‘magia’. Para Huizinga, o jogo produz ordem num mundo imperfeito. Neste mundo, as imperfeições do ‘real’ ficam de

fora. O autor chega a afirmar que ao jogar “somos diferentes e fazemos as coisas de maneira diferente” (2003: 28). Neste sentido, surge uma definição para o conceito de jogo:

O jogo é uma atividade voluntária, ou uma ocupação, que tem lugar dentro de certos limites estabelecidos de tempo e lugar, de acordo com regras livremente aceites mas estritamente vinculativas, e que se institui como um fim em si mesmo, sendo acompanhado por um estado de espírito de tensão e de alegria, bem como pela consciência de ser ‘diferente’ da ‘vida normal’ (Huizinga, 2003: 45).

- 9 Com base nesta linha de pensamento, segundo a qual Huizinga aparenta adotar uma postura de separação entre o jogo e o real, o seu conceito é mais tarde adotado e são-lhe atribuídos sentidos e significados específicos. Tal como é referido por Calleja (2010) e Stenros (2014), o conceito de círculo mágico foi sendo (re)apropriado por diversos autores, acabando por se afastar do contexto em que se encontrava inserido, no qual o jogo é valorizado enquanto fenómeno cultural.
- 10 Katie Salen e Eric Zimmerman (2003) realizam tal processo de apropriação do conceito e passam a aplicar o mesmo ao contexto específico dos jogos digitais. Para os autores, o círculo mágico é definido como: “In a very basic sense, the magic circle of a game is where the game takes place. To play a game means entering into a magic circle, or perhaps creating one as a game begins” (2003: 95).
- 11 Face a tal definição, emergem algumas questões: como podemos caracterizar a barreira que separa o espaço real do espaço de jogo? Estamos na presença de um círculo completamente fechado ou permeável? O jogo pode ser entendido como um mundo isolado ou como uma extensão da vida real? Que elementos podem ‘quebrar’ o círculo?
- 12 Entrar no círculo mágico implicaria, desde logo, aceitar e seguir as regras do jogo, sendo que só desta forma seria possível o círculo cumprir a sua principal função ‘mágica’, a de transportar o ser do real para outro mundo (o de jogo) e torná-lo parte integrante do mesmo. Ora, a não aceitação e/ou o não cumprimento de tais regras levaria, necessariamente, a uma quebra com a realidade de jogo e, portanto, o jogador seria incapaz de continuar a ‘vestir’ o seu personagem.
- 13 A ‘batota’, como vulgarmente se designa o não cumprimento das regras ou as formas de as contornar, representaria assim um tipo de ações que conduziriam o círculo a perder a sua ‘magia’. Ou seja, se aquele que joga encontra forma de mudar as regras do jogo, alterando-as em seu benefício (ou não), a imersão no mesmo fica em causa e o círculo é rompido. Porém, em nosso entender, parece fazer mais sentido inserir a ‘batota’ e todo o ato de contornar as regras e normas dentro do próprio espírito de jogo, pois é exatamente o ato de procurar negociar ou moldar a realidade de jogo que demonstra que o jogador, em determinadas circunstâncias, acaba por ser exterior ao mesmo¹. Deste modo, a ‘batota’ é parte integrante do jogo e não o destrói; o jogo não acaba porque se praticou ‘batota’, apenas ganha novos contornos, daí existirem as sanções e as penalizações. A alteração das regras pode produzir efeitos benéficos para a jogabilidade e para o próprio jogo.
- 14 Seguindo esta linha de pensamento, e assentando no pressuposto de que não podemos separar os dois mundos em causa, o círculo mágico tem vindo a ser alvo de diversas críticas efetuadas, de forma mais ou menos direta, por autores como Steinkuehler (2006), Malaby (2007), Consalvo (2009), Kücklich (2009), Ang, Zaphiris e Wilson (2010), Calleja (2010), Fassone (2015), Jordan *et al.* (2016), Duggan (2016)². Para estes, não faz qualquer sentido afirmar que as regras que se aplicam na vida real desaparecem ou deixam de ter pertinência no espaço de jogo; as barreiras entre o real e o virtual são difusas e não existem por si só.

- 15 Além disso, e de forma algo paradoxal, é possível encontrar na obra de Huizinga (2003) momentos em que o autor coloca em causa a separação entre o espaço real e o de jogo, que pode “a qualquer momento, escapar ao controlo dos jogadores” e onde a “fronteira entre o que é ‘a brincar’ e o que é ‘a sério’ é sempre fluida” (2003: 24). Assim, na presente análise, opta-se por olhar para o conceito de círculo mágico tal e qual foi adotado por Salen e Zimmerman (2003).

1.1. O círculo mágico no contexto específico dos MMORPGs

- 16 Quando falamos em *Massively Multiplayer Online Role Playing Games* (MMORPGs), referimo-nos a um tipo de videojogos onde “thousands of players connect to a server using special client software. This software renders the fictional world like the software of a normal computer roleplaying game (Dormans, 2006: s/p)”.
- 17 Este tipo de jogos, inseridos na categoria dos *role playing games* (RPG) – jogos onde o jogador interpreta um personagem num suposto mundo à parte –, tem as suas bases fundacionais na primeira edição de *Dungeons & Dragons*, de Gary Gygax e Dave Anderson, publicado em 1974 (Dormans, 2006; Hernández Pérez, 2012). Assim, as narrativas criadas com recurso a papel e lápis dão lugar aos RPGs, que se prendem com a transição de tais narrativas para o contexto virtual (Hernández Pérez, 2012).
- 18 Após esta transição, os RPG evoluem em diferentes direções – numa delas emergem os MMORPGs (Dormans, 2006). O primeiro MMORPG com sucesso comercial foi o *Ultima Online*, lançado em 1997. Após este primeiro sucesso, os MMORPGs continuaram a cativar cada vez mais utilizadores e deram lugar àquilo que autores como Achterbosch, Pierce e Simmons (2008: 12) descrevem como uma segunda geração de MMORPGs, que apresenta algumas diferenças face à primeira: “Second-generation MMORPGs have generally improved on the graphics and interface of the first generation, since they were able to look back on the successes and failures of older titles and improve upon them”. É exatamente nesta segunda geração que se insere o videojogo que se irá analisar na secção seguinte, o *World of Warcraft* (WoW).
- 19 Se pensarmos neste tipo específico de (vídeo)jogos, a ideia de isolamento anteriormente explorada torna-se, consideravelmente, mais difícil de ‘defender’. Pois vejamos, os MMORPGs possibilitam aos jogadores, através de diversas formas (e. g., fóruns de discussão), negociar a realidade de jogo, moldando a mesma consoante as suas necessidades. Para que tal negociação ocorra, o jogador tem que ser crítico em relação à realidade sobre a qual negocia, ‘despindo’ assim o personagem para poder adotar uma postura crítica.
- 20 Portanto, defende-se que o jogador, no contexto específico dos MMORPGs, não consegue entrar totalmente no espírito do *role playing*. Assim, esta interpretação de papéis não passa de uma ilusão criada por este género de videojogos com o intuito de se destacar face a outros, passando ao consumidor um atestado de originalidade.
- 21 Os MMORPGs não podem, de todo, ser entendidos como mundos isolados que se afastam ou criam uma rutura com o quotidiano. Os MMORPGs são, pois, extensões do Homem e não uma realidade que começa quando a outra acaba, como refere Calleja (2010), ao destacar a dificuldade de separar o espaço real do espaço virtual.
- 22 Ora, a existência de uma negociação da realidade de jogo e, consequentemente, das regras e normas que o regem, não se enquadra na conceptualização de círculo mágico. A total

imersão no espaço de jogo implica que se interiorizem as regras e normas já pensadas e estabelecidas pelos criadores. Neste sentido, a existência de um espaço que pode ser pensado e moldado pelos principais intervenientes (criadores/responsáveis pela manutenção e jogadores) escapa a uma conceção que se torna generalista ao procurar traçar uma leitura de uma realidade complexa, multifacetada e multidimensional.

- 23 O debate que se procurou desenvolver nesta secção serve de base para introduzir o ponto que se segue. Neste, abordar-se-á o jogo enquanto extensão do real, passível de moldagem. Como se verá, tal processo de moldagem só é possível porque o jogador tem a capacidade de trazer para o espaço de jogo elementos do real, rompendo assim com a barreira que delimita o círculo e quebrando a sua 'magia'.

2. A entrada num novo paradigma: A apropriação do espaço de jogo

- 24 A relação de maior proximidade que se tem vindo a estabelecer entre consumidor e produtor, ao nível da moldagem do espaço de jogo, trouxe consigo profundas mudanças também na indústria de videojogos. Existe atualmente uma maior preocupação em inserir o jogador no processo de construção e manutenção do terreno virtual de que usufrui. O videojogo que optámos por explorar exemplifica-o. A moldagem que é inerente a este género de videojogos aparece como sendo paradoxal, pois, se o jogo necessita, por um lado, de a promover para que continue a inspirar os jogadores, por outro, as constantes negociações e reivindicações do terreno virtual dificultam a regulação do mesmo.

- 25 É neste sentido que conceitos como o de 'cultura de convergência' enquanto 'cultura participativa', acabando por descrever tal aproximação, marcam a entrada num novo paradigma, no qual questões relacionadas com propriedade, práticas de jogo corretas e incorretas, e entendimentos implícitos ou explícitos entre consumidores e as indústrias culturais adquirem destaque. Desta forma, a inovação pode surgir dos produtores, mas também dos consumidores, que passam a ter um papel ativo na construção da sua própria realidade virtual. Como refere Hector Postigo, a entrada neste novo paradigma conduz a que:

Consumers (not only fans), producers, media, and creative minds converge to make production in the cultural industries a two-way street; where innovation can come from consumers as easily as from producers of content (2008: 60).

- 26 Os videojogos representam um espaço propício a que os jogadores possam exercer moldagem, em que diferentes géneros, como "real time strategy (RTS), role playing games, or first person shooters (FPS)", são agora pensados e desenhados para que o jogador possa (co)produzir o jogo (Postigo, 2008: 60).
- 27 Tendo em consideração o carácter reducionista do círculo mágico, Constance Steinkuehler (2006), referindo-se especificamente aos MMORPGs³, constata a aproximação que se tem vindo a estabelecer entre a indústria cultural e os consumidores, apontando também para a existência de um espaço de negociação. Este espaço resultará da constante interação que se vai estabelecendo entre criadores/*designers* e jogadores. Assim, importa perceber que o jogo não é um terreno pré-definido onde o jogador apenas deve entrar e 'vestir' um novo personagem, deixando de lado todo o 'capital' que transporta consigo no quotidiano. Muito pelo contrário, o jogador é chamado a participar na construção da sua própria realidade de jogo. Esta construção partilhada do espaço de jogo vem democratizar o

processo de produção e manutenção do mesmo, favorecendo deste modo o terreno virtual. Assim, o jogo adquire a possibilidade de ir ao encontro dos jogadores que dele usufruem, permitindo que se sintam parte integrante do mesmo.

- 28 Corroborando esta perspectiva, Jenkins (2006) aponta para a existência de uma ‘cultura de convergência’ enquanto ‘cultura participativa’⁴. Nesta, o consumidor aproxima-se do produto de que usufrui, passando a ser parte integrante do processo de produção e não apenas do processo de consumo. Tal convergência é verificável no contexto dos MMORPGs, em que o papel do utilizador ultrapassa o mero ato de jogar. Os próprios *designers* deste tipo de videogames têm vindo a perceber o potencial de uma lógica de colaboração, tal como referem Raposo e Moraes (2010).
- 29 Deste modo, foram dados importantes passos no que toca ao desenho dos videogames e ao papel que é esperado por parte dos jogadores. A existência de estruturas de jogo demasiado rígidas com histórias definidas *a priori* dá lugar a espaços de negociação, nos quais cabe ao utilizador construir o seu próprio terreno de jogo. Os criadores deste tipo de videogames optam, assim, por motivar os jogadores a criarem as suas próprias experiências e a construírem as suas comunidades virtuais.
- 30 Segundo Jenkins (2006), é importante para a sobrevivência dos MMORPGs que os jogadores se sintam parte integrante de todo o processo que envolve o jogo, tornando-se os sentimentos de posse e pertença importantes aliados. É este o grande desafio das editoras e produtoras de videogames como os MMORPGs: conseguir manter o controlo do jogo e ao mesmo tempo fornecer a sensação de que os jogadores são parte integrante do mesmo, podendo contribuir para a sua evolução (Glas, 2013: 42).
- 31 O videogame *Doom* (1993) representa um dos primeiros MMORPGs a possibilitar uma maior interação e participação por parte dos utilizadores, sendo que a própria empresa disponibilizou na internet conteúdos que permitiam alterar alguns aspetos do videogame, nomeadamente o código fonte usado na criação de níveis, texturas e sons, bem como os níveis iniciais do jogo para *download*. Mas, tal como havia sido referido anteriormente, é em 1997, com o videogame *Ultima Online*, que começa o fenómeno das *role playing communities*. Mais tarde surgem novos MMORPGs, como o *Everquest* (1999) e o *Anarchy Online* (2001), que seguem esta nova tendência que se prende com a coprodução e a consequente apropriação do jogo pelos utilizadores (Klevjer, 2008; Raposo e Moraes, 2010).
- 32 Atualmente um dos MMORPGs de maior sucesso comercial é o *World of Warcraft*, preocupando-se, também ele, em fornecer aos seus jogadores a possibilidade de fazerem parte do jogo, fazendo deles construtores da sua própria realidade. Esta preocupação é comprovada por Glas (2013) em *Battlefields of Negotiation*, ao apontar para o videogame *World of Warcraft* como promotor de um espaço de cooperação; existe, assim, uma ‘cultura participativa’ em que os jogadores ultrapassam o mero papel de consumidores, tornando-se (co)produtores do produto de que usufruem.
- 33 Porém, para o jogo e para a sua evolução, nem toda a moldagem é positiva e nem todos participam da mesma forma, existindo diferentes níveis de negociação. A ‘cultura participativa’ onde se insere o *World of Warcraft* vem romper com a distinção tradicional que se estabelecia entre produtor e consumidor (Jenkins, 2006). Nesta desintegração, os jogadores tornam-se ‘*prosumers*’ (Glas, 2013: 38) e o jogo evolui tendo por base todos os que nele interagem, constituindo o conflito uma constante, o qual se estabelece não só entre jogadores e produtores/responsáveis pela manutenção do jogo, como também entre os próprios jogadores. No fundo, tanto o jogo, na sua expressão mais vasta, como os

jogadores se constituem como *stakeholders*: agentes interessados em fazer valer a sua vontade e em fazer a sua visão de jogo prevalecer. Ainda que possam existir diferentes valores e interesses associados às diversas partes que o regulam, o jogo necessita destas contradições que o ‘alimentam’ e o tornam, nas palavras de Glas, um verdadeiro *battlefield of negotiation*, em que diferentes opiniões e assimetrias de poder dão lugar a um terreno negociado (Glas, 2013: 41).

- 34 Os vários níveis de negociação podem ir desde o ignorar as metas do jogo para que apenas se possa explorar o terreno, o que dificilmente será visto como um problema para outros jogadores ou para a *Blizzard Entertainment* (editora e produtora do *World of Warcraft*), até à utilização do jogo por parte de jogadores para ganhar dinheiro ou à sua modificação através de *patches*⁵, o que pode gerar controvérsia e ir contra as regras do jogo (Glas, 2013). Ainda que a editora possa procurar conduzir os jogadores a tomarem determinadas ações dentro do espaço de jogo, em detrimento de outras, consideradas como sendo menos aceitáveis, os jogadores conseguem contorná-las e apropriar-se do jogo. Glas (2013) chega mesmo a referir que ainda que seja a *Blizzard* a detentora, na realidade o jogo acaba por pertencer também aos jogadores que nele interagem.
- 35 As negociações que ocorrem dentro e fora do espaço de jogo podem conduzir à cooperação, mas também ao conflito, o que acaba por dificultar a tarefa de regular esta realidade em constante ‘caos’. Tais negociações têm por base as várias visões que os jogadores possuem acerca das características do jogo, de como deve ser jogado e de como deve evoluir. Para autores como Jenkins (2006), Glas (2013) e Prax (2015), videojogos como o *World of Warcraft* têm vindo a evoluir também como resultado das negociações que são inerentes a um MMORPG. Um exemplo do ‘braço de ferro’ que por vezes se estabelece entre jogadores e *designers* é relatado por Glas (2013), ao referir o facto de a *Blizzard* ter sancionado uma ferramenta de exploração do terreno de jogo que havia sido usada por diversos jogadores.
- 36 Contudo, a existência de um ambiente controlado por parte de uma entidade externa pode agradar a um determinado tipo de jogadores que aprovam a forma como o jogo foi e tem vindo a ser desenhado. Desta forma, a ‘cultura de convergência’ enquanto ‘cultura participativa’ encontra as suas limitações, e a dicotomia tradicional entre consumidor e produtor ganha destaque. Os produtores e consumidores nem sempre se encontram em oposição ou em harmonia; existem diferentes tipos de jogadores com diferentes interesses e perspetivas de jogo: enquanto uns procuram moldar a sua realidade virtual, outros preferem deixar esse papel para os *designers* de jogo (Glas, 2013: 177). Assim, é importante perceber que generalizar a participação possui determinados entraves que devem ser tidos em consideração.
- 37 Como se tem referido, os jogadores aparecem como elemento-chave no que diz respeito à moldagem dos MMORPGs, pelo que se torna necessário aludir ao conceito de *modders*. Este diz respeito às alterações ou adições efetuadas pelos fãs de um determinado videojogo (Postigo, 2008; Sotamaa, 2010). Empenhados em negociar a realidade virtual, na perspetiva de Postigo (2008), estes jogadores podem trazer benefícios para o terreno virtual. Porém, e ainda que as indústrias culturais estejam conscientes da importância de o jogador ter a perceção de que pode moldar o seu próprio jogo e disponibilizem formas para que tal se possa tornar possível, nem sempre os jogadores optam pela moldagem de uma forma que agrade os ‘verdadeiros donos’ do jogo em questão, o que gera conflitos.

2.1. Os fóruns de discussão enquanto espaço de moldagem e negociação do jogo

- 38 Uma das principais formas de participar na moldagem e negociação da realidade de jogo decorre da utilização dos fóruns de discussão. Estes servem para que os jogadores comuniquem entre si e, em comunidade, tomem decisões acerca das necessidades emergentes para as quais o jogo ainda não possui uma resposta. Contudo, o potencial destes fóruns não se esgota nas futuras necessidades dos jogadores; os fóruns também servem para que o jogador compreenda melhor o jogo e ultrapasse obstáculos, através das experiências de outros (Johnson, 2006).
- 39 Nesta investigação, a análise de conteúdo dos discursos que ocorrem nos espaços de discussão⁶ demonstrou a existência de negociação. Os discursos podem incidir sobre ‘dicas’ direcionadas para os administradores/criadores do jogo, acerca de possíveis mudanças da realidade de jogo, estejam estas relacionadas com acréscimos, extinções ou aperfeiçoamentos. Estas sugestões de mudanças são verificáveis em diversos comentários.
- 40 Os comentários selecionados abrangem um alargado leque de tópicos que demonstram algumas das preocupações dos jogadores, que podem ir desde sugestões de melhorias a nível gráfico ou de conteúdos - “eu tenho uma sugestão que acho que seria bom para as pessoas que não têm montaria rápida, colocar um trem que anda por dentro das cidades” (Lukyira, 2014) -, até sugestões ao nível do comportamento que os responsáveis pela regulação do jogo e os próprios jogadores devem adotar - “vocês são representantes da *Blizzard* (...) e é esperado que vocês conheçam sobre a *Blizzard*, sua infra e o jogo” (Hyperon, 2011). Também é possível encontrar comentários que passam pelo apelo à existência de ferramentas que permitam que os jogadores sejam ouvidos por entidades com capacidade para atuar - “o quão seria difícil termos um meio de comunicação exclusivo para sugestões?” (Elygor, 2013) -, até opiniões mais radicais que apelam a mudanças significativas que conduziriam a mudanças estruturais - “acho que tá na hora de dar uma repaginada em (tudo) no *WoW* (OPINIAO MINHA)” (Pandorachion, 2013). Todos estes comentários, e muitos outros, demonstram que os jogadores se interessam, de facto, por negociar o terreno de jogo; muitos deles chegam mesmo a contribuir com manuais que facilitam a forma de atuar perante o mesmo - “Ola Meus Amigos! (...) Resolvi fazer um guia bacana sobre o que usar em cada luta de *SoO* sendo *Warrior*. Sugestões e críticas serão bem-vindas!...” (Metallyca, 2013).
- 41 Independentemente de produzirem ou não um real impacto na forma como o jogo evolui, os fóruns de discussão servem para dar a conhecer as preocupações de quem dele usufrui, pelo que a sua análise poderá trazer grandes mais-valias, quer para os criadores/responsáveis pela manutenção do jogo, quer para os próprios jogadores, que se podem identificar ou afastar das propostas, expondo também as suas opiniões.

3. O processo de moldagem/negociação do espaço de jogo

- 42 Em nosso entender, e partindo do pressuposto de que existe uma ‘cultura de convergência’ que se traduz numa ‘cultura participativa’, no contexto dos MMORPGs, interessa perceber de que forma se desenvolve o processo de moldagem do terreno de

jogo, dado que este processo coloca em causa a ideia de um círculo mágico, no qual o jogador entra e se abstrai do quotidiano.

- 43 Para compreender melhor tal processo, interessa evidenciar o contributo de Raposo e Morais (2003), que apontam para quatro fatores condicionadores da participação. Em primeiro lugar, as ‘questões normativas’, que remetem para a existência de ‘amarras’ ou condicionantes externos que podem restringir em demasia a criatividade das comunidades de jogadores e a capacidade para os mesmos negociarem o domínio virtual; em segundo, o ‘sentido de pertença’, que assenta na existência de interesses e objetivos convergentes (o facto de o jogador se sentir integrado numa determinada comunidade virtual poderá contribuir para uma maior participação); como terceiro fator, a valorização da partilha ou a ‘reciprocidade’, assente na premissa de que a maior ou menor contribuição e participação do jogador estará dependente do proveito que o mesmo retira do jogo; e, por fim, a ‘literacia da informação’, entendendo-se que as competências de produção do jogador - ou seja, “a capacidade do utilizador produzir conteúdos para a Internet, bem como interpretar, consumir e desfrutar dos mesmos” (2010: 4) - poderão dificultar ou facilitar e promover a negociação do espaço ‘lúdico’. Ligado a todos estes fatores encontra-se o processo de adaptação ao jogo, que constitui o elemento central que poderá promover ou restringir a participação dos jogadores.
- 44 Associado ao processo de adaptação ao jogo estão também as diferentes motivações que os jogadores encontram para participar no processo de moldagem. Neste sentido, Sotamaa (2010) aponta para cinco motivações centrais que estão na base da moldagem levada a cabo pelos *modders*. Tais motivações poderão ser aplicadas a diferentes géneros de videojogos. A primeira motivação - ‘*playing*’ - prende-se com a necessidade de o jogador conseguir retirar o máximo prazer do videojogo, criando desta forma novos conteúdos (como terrenos ou objetos de jogo) que o complementem - esta motivação encontra-se associada à ideia de que o jogo poderá ser melhor, ainda que o jogador já retire prazer do mesmo. A segunda e terceira motivações - ‘*hacking*’ e ‘*researching*’ - dizem respeito à necessidade de perceber a forma como o jogo funciona e de explorar o seu processo de criação e manutenção, sendo vista como crucial para determinados jogadores. A quarta motivação identificada - ‘*artistic expression*’ - prende-se com a necessidade de os jogadores se quererem expressar através da moldagem do jogo, podendo variar entre as afirmações estética e política. Por fim, ‘*cooperation*’: como o próprio nome indica, os jogadores que introduzem alterações valorizam a troca de experiências e conhecimentos com outros jogadores, constituindo a participação ou o mero contacto com fóruns de discussão uma mais-valia. Todas estas motivações podem vir a alterar-se no decorrer do tempo, sendo também importante realçar que um jogador que molde a realidade virtual pode possuir mais do que uma motivação. Muitas vezes, as competências ou interesses que os jogadores vão adquirindo no decorrer das suas vidas no espaço *offline* acaba por influenciar a forma como interagem no espaço *online*, tal como refere Sotamaa (2010).
- 45 Já Postigo (2007), através de uma análise ao género ‘*first-person shooter*’, aponta para três grandes motivações que estarão por detrás da moldagem do espaço de jogo e que facilmente se adequam ao contexto dos MMORPGs: a necessidade de o jogador, através de um esforço artístico, trazer algo de ‘belo’ ao jogo - muito ligada esta motivação à ‘*artistic expression*’, identificada por Sotamaa (2010); a necessidade de os jogadores se identificarem com o jogo e, portanto, a consequente necessidade de o tornar um espaço que é ‘seu’; e a oportunidade de conseguirem um emprego na indústria de videojogos.

- 46 No entanto, nem Postigo (2007) nem Sotamaa (2010), ao elencar os fatores que motivam a moldagem, nos apresentam uma hierarquização do peso de cada um. Será de admitir, por exemplo, que a *'artistic expression'* e a oportunidade de conseguir um emprego na indústria de videogames não sejam motivações centrais, e, ao invés, se destaquem algumas das restantes. Perceber o que, efetivamente, mais move os jogadores a participarem parece-nos uma questão relevante e, naturalmente, indissociável de um conhecimento mais aprofundado sobre as variáveis que condicionam essa participação.
- 47 Tais condicionantes e motivações podem dar lugar a diferentes formas de atuação por parte dos jogadores. Na presente análise, é atribuído destaque aos fóruns de discussão, sendo que a participação nos mesmos poderá advir dos vários fatores que foram sendo expressos. Se pensarmos no jogador que criou um guia para ajudar os restantes jogadores a saber a que tipo de objetos virtuais devem recorrer para conseguir melhores resultados, podemos sugerir que a motivação *'playing'* poderá estar por detrás deste processo de moldagem, bem como a *'cooperation'*, sendo que o prazer que o jogador retira do jogo o pode conduzir a criar novos conteúdos, e, portanto, a partilhar as suas experiências com terceiros.
- 48 No fundo, a presente análise visa exatamente contribuir para facilitar a compreensão das várias formas que os jogadores encontram para negociar o jogo. Estas formas de participação contribuem assim para desconstruir a ideia por detrás do círculo mágico, sendo que a existência de um espaço fechado que não permite uma negociação ou moldagem não constitui uma evidência no caso dos MMORPGs e, particularmente, do WoW. Os comentários nos fóruns de discussão são disso exemplo.
- 49 Neste sentido, e de forma a simplificar a leitura que se pretendeu explorar no presente artigo, apresenta-se a seguinte figura:

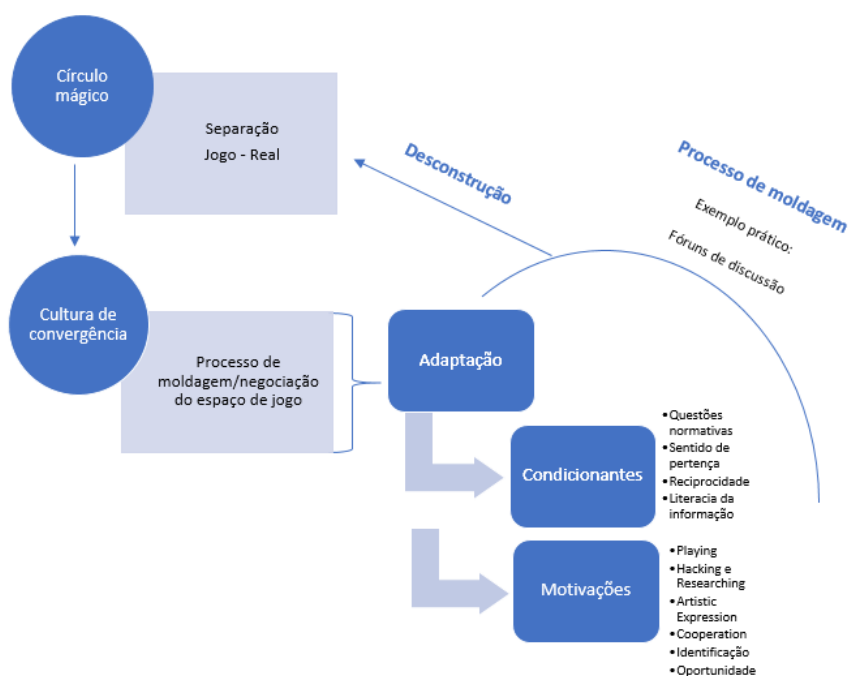


FIGURA 1: Processo de moldagem da realidade de jogo (elaboração própria a partir dos contributos de Postigo, 2007; Raposo e Morais, 2010; Sotamaa, 2010)

- 50 O esquema apresentado sintetiza assim a linha de pensamento que se procurou seguir. Com base na crítica a um conceito que assenta no pressuposto de uma clara separação entre o espaço de jogo e o espaço onde ocorre a vida real que, como se procurou mostrar, se torna redutor (principalmente no contexto dos MMORPGs), adotam-se os conceitos de ‘cultura de convergência’ e ‘cultura participativa’ para dar a conhecer a forma pela qual videojogos como os MMORPGs se regulam atualmente. Tal regulação tem na base um processo de moldagem a dois ritmos (entre jogadores e criadores/responsáveis pela manutenção do jogo), que, por sua vez, implica um processo de adaptação por parte do jogador. Após tal processo, este jogador pode ser influenciado por um conjunto de condicionantes e motivações que o conduzem (ou não) a participar.
- 51 Este esquema visa contribuir para a compreensão de um fenómeno relativamente recente, mas que tem adquirido uma grande expressão. Porém, é necessário referir que existe uma grande multiplicidade de possíveis variáveis (fatores internos e externos ao jogador), bem como presumíveis interações entre elas, que poderão condicionar a participação, tornando-se relevantes no processo de moldagem. Em todo o caso, será sempre o cruzamento das condicionantes com as motivações que determina a forma como o jogador participa.

Considerações finais

- 52 O conceito de círculo mágico adaptado ao contexto específico dos MMORPGs torna-se, em nosso entender, claramente reducionista. A linha que distingue o real do virtual é difusa e o jogador atua perante o jogo ao introduzir elementos do real. Acresce ainda que o jogador conquista a possibilidade de moldar o jogo face às suas necessidades e com isso torna-se crucial analisar a forma como o jogo evolui, tendo por base as negociações que se vão estabelecendo entre os diferentes agentes interessados.
- 53 Tal como destaca Glas (2013), no contexto do *World of Warcraft*, os jogadores possuem diferentes visões de jogo, acerca daquilo que ele deve ser, da maneira como nele devem jogar e da forma como o mesmo deve evoluir. Neste sentido, o grande desafio que videojogos como os MMORPGs enfrentam na atualidade, e previsivelmente no futuro, prende-se com a necessidade de equilibrar de forma sustentável as diversas visões de jogo, quer dos jogadores quer dos criadores/responsáveis pela manutenção do jogo, de forma a torná-lo atrativo para um mercado em constante mudança.
- 54 Ainda que possa existir uma certa tensão, que se estabelece entre as normas comunitárias criadas pelos jogadores e as regras que são pensadas pelos *designers*, tal tensão acaba por estruturar o jogo e possibilitar que o mesmo vá ao encontro das necessidades, quer dos produtores quer dos consumidores. Os fóruns de discussão afiguram-se como ferramentas centrais que dão voz às necessidades emergentes dos novos consumidores, intitulados de *prosumers*. No caso do *World of Warcraft*, existe uma clara preocupação em valorizar as opiniões dos jogadores, o que demonstra que a cooperação entre produtor e consumidor já é uma realidade que só tenderá a tornar-se mais evidente.
- 55 Por detrás do processo de moldagem existe um conjunto de fatores que acabam por condicionar e motivar o jogador a participar, onde a expressão de tal participação coloca em causa a ideia de fechamento e de espaço não negociado (círculo mágico) e dá lugar aos conceitos de ‘cultura de convergência’ e de ‘cultura participativa’, sendo que estes ajudam a contextualizar a forma como a moldagem ocorre. Neste contexto, é possível encontrar

jogadores que pretendem reivindicar o espaço de jogo e participar ativamente no seu desenvolvimento.

- 56 Assim, o jogador possui no âmbito dos MMORPGs um espaço de intervenção que conduz a que o jogo possa adquirir novos contornos. E, futuramente, tenderão os limites e as barreiras impostas aos jogadores a diminuir ao ponto de desaparecer? A questão encontra-se relacionada com a difícil tarefa que têm os MMORPGs atuais: conseguir equilibrar as vontades dos jogadores com as necessidades do jogo. E, ainda que não exista uma resposta fechada, parece fazer sentido apontar para o reforço da flexibilidade e da interatividade, sem que com isso o jogo perca de vista as suas metas.

BIBLIOGRAFIA

- Achterbosch, L.; Pierce, R. e Simmons, G. (2008). Massively Multiplayer Online Role-Playing Games: The Past, Present and Future. *ACM Computers in Entertainment*, 5 (4): 1-33.
- Ang, C. S., Zaphiris, P. e Wilson, S. (2010). Computer games and sociocultural play: An activity theoretical perspective. *Games and Culture*, 5 (4): 354-380.
- Calleja, G. (2010). Digital games and escapism. *Games and Culture*, 5 (4): 335-353.
- Consalvo, M. (2009). There is no magic circle. *Games and Culture*, 4 (4): 408-417.
- Dormans, J. (2006). On the Role of the Die: A brief ludologic study of pen-and-paper roleplaying games and their rules. *Game Studies*, 6 (1). [Internet] Disponível em: <<http://gamestudies.org/0601/articles/dormans>> [Consult. a 14 de Fevereiro de 2017].
- Duggan, E. (2016). Squaring the (Magic) Circle: A Brief Definition and History of Pervasive Games. In: Nijholt, A. (ed.) (2017). *Playable Cities: The City as a Digital Playground*. Singapore, Springer: 111-135.
- Fassone, R. (2015). This is video game play: Video games, authority and metacommunication. *Comunicação e Sociedade*, 27: 37-52.
- Frissen, V. et al. (2015). *Playful Identities: The Ludification of Media Cultures*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Glas, R. (2013). *Battlefields of Negotiation: Control, Agency, and Ownership in World of Warcraft*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Pérez, H. (2012). De perfiles y personajes: evolución de la representación del usuário en las redes sociales y los juegos de rol. *Revista de Comunicación de la SEECI*, Año XV (28): 30-48.
- Huizinga, J. (2003). *Homo Ludens*. Lisboa: Edições 70.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Colide*. New York and London: New York University Press.
- Johnson, S. (2006). *Tudo o que é Mau Faz Bem*. Porto: Lua de papel.
- Jordan, P. et al. (2016). Selling out the magic circle: free-to-play games and developer ethics. *Proceedings of 1st International Joint Conference of DiGRA and FDG*, 13 (1): 1-16.

- Klevjer, R. (2008). The Cultural Value of Games: Computer Games and Cultural Policy in Europe. In: Ludes, P. (ed.) (2008) *Convergence and Fragmentation: Media Technology and the Information Society*. Bristol, Intellect Books: 71-90.
- Kücklich, J. (2009). A techno-semiotic approach to cheating in computer games: Or how I learned to stop worrying and love the machine. *Games and Culture*, 4 (2): 158-169.
- Lange, P. G. (2010). Learning real-life lessons from online games. *Games and Culture*, 6 (1): 17-37.
- Malaby, T. M. (2007). Beyond Play: A new approach to games. *Games and Culture*, 2 (2): 95-113.
- Pais, J. M. (1986). Paradigmas sociológicos na análise da vida quotidiana. *Análise Social*, 22 (90): 7-57.
- Postigo, H. (2007). Of Mods and Modders: Chasing down the value of fan-based digital game modifications. *Games and Culture*, 2 (4): 300-313.
- Postigo, H. (2008). Video game appropriation through modifications: Attitudes concerning intellectual property among modders and fans. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (1): 59-74.
- Prax, P. (2015). Co-Creative game design in MMORPGs. *Proceedings of DiGRA 2015: Diversity of play: Games – Cultures – Identities*, 12: 1-18.
- Raposo, R. e Morais, N. (2010). MMORPGs e culturas de convergência. Repositório Científico do Instituto Politécnico de Viseu. Departamento de Comunicação e Arte. [Internet] Disponível em <<http://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/500>> [Consult. 23 Fevereiro de 2014].
- Salen, K. e Zimmerman, E. (2004). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Londres: The MIT Press Cambridge.
- Sotamaa, O. (2010). When the game is not enough: motivations and practices among computer game modding culture. *Games and Culture*, 5 (3): 239-255.
- Steinkuehler, C. (2006). The mangle of play. *Games and Culture*, 1 (3): 199-213.
- Stenros, J. (2014). In Defence of a Magic Circle: The social and mental boundaries of play. *Transactions of Digital Games Research Association. DiGRA*, 1 (2): 147-185.

NOTAS

1. Existem diversos elementos visíveis que quebram o círculo, como, por exemplo, o facto de um jogador, através do *chat* do jogo, contar uma anedota que ouviu no espaço *offline* ou o facto de discutir com os colegas sobre situações que ocorreram no seu quotidiano.
2. Neste sentido, é interessante remeter para a linha de pensamento seguida por José Machado Pais (1986: 45), quando refere que a ciência, tal como o jogo, ocorre, também ela, num “círculo limitado em que transcorre a ação determinada por regras de protocolos de movimento”. Porém, ao afirmar que “também a ciência, porque lúdica, opera relativamente isolada” e que “a sociologia da vida quotidiana parece necessitar de se mover em dois campos de jogo ou em dois campos paradigmáticos”, acaba, de certa forma, também ele, por questionar os limites do círculo mágico.
3. O autor analisou o videojogo *Lineage* e provou que o mesmo constitui um claro exemplo de negociação, onde o jogo que havia sido pensado pelos *designers* acaba por ser ‘ultrapassado’ e (re)criado pelos utilizadores que nele interagem.
4. “The term participatory culture contrasts with older notions of passive media spectatorship. Rather than talking about media producers and consumers as occupying separate roles, we might

now see them as participants who interact with each other according to a new set of rules that none of us fully understands...” (Jenkins, 2006: 3).

5. Programa usado para atualizar ou corrigir um *software*.

6. Analisou-se o seguinte fórum de discussão: <http://us.battle.net/wow/pt/>. Através da seleção do campo ‘Fóruns’ e de seguida ‘Geral’, a pesquisa realizou-se com base na palavra ‘sugestões’. Após os resultados da pesquisa, e de forma aleatória, procuraram-se os tópicos que abrangessem um leque alargado de preocupações dos jogadores.

RESUMOS

Este artigo visa identificar e caracterizar algumas das grandes mudanças que têm conduzido à necessidade de (re)pensar o papel do jogador face a videojogos como os *Massively Multiplayer Online Role Playing Games* (MMORPGs). Partindo da crítica ao conceito de círculo mágico e tendo por base os diversos contributos teóricos de quem concebe os MMORPGs como um espaço de negociação que aproxima produtores de consumidores (Jenkins, 2006; Steinkuehler, 2006; Klevjer, 2008; Consalvo, 2009; entre outros), pretende-se demonstrar a moldagem a que este tipo de jogos estão sujeitos, particularmente o videojogo *World of Warcraft*. Para tal, e tendo por base uma análise a um fórum de discussão do videojogo em questão, procura-se evidenciar as situações em que a negociação da realidade de jogo esteja presente. Por fim, apresenta-se uma proposta que sistematiza as contribuições teóricas e estrutura o processo que estará na base da moldagem dos MMORPGs.

This article seeks to identify and characterize some of the major changes that have led to the need to (re)think the role of the player regarding video games such as the *Massively Multiplayer Online Role Playing Games* (MMORPGs). Based on the criticism of the magic circle concept and on several theoretical contributions pointing out the MMORPGs as a space of negotiation that draws producers and consumers together (Jenkins, 2006; Steinkuehler, 2006; Klevjer, 2008; Consalvo, 2009; among others), we intend to demonstrate the molding to which this type of games are subjected, particularly in the video game *World of Warcraft*. A discussion forum of *World of Warcraft* was analyzed in order to highlight situations in which the negotiation of the game’s reality is present. Finally, we systematize the theoretical contributions and discuss the process underlying the molding of MMORPGs.

ÍNDICE

Palavras-chave: videojogos, MMORPGs, fóruns de discussão, negociação

Keywords: video games, MMORPGs, discussion forums, negotiation

AUTORES

FÁBIO RAFAEL AUGUSTO

Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS-ULisboa), Portugal Av. Professor
Aníbal de Bettencourt, 9 1600-189 Lisboa Portugal

fabiorgsaugusto@hotmail.com

ANTÓNIA DO CARMO BARRIGA

Universidade da Beira Interior e CIES-IUL
acab@ubi.pt