

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

IGOR RAMADY LIRA DE SOUSA

**DO CREPÚSCULO DOS DEUSES À ALVORADA DOS AVATARES:
UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS DE INTERAÇÃO, COMUNICAÇÃO E
SOCIALIZAÇÃO NAS COMUNIDADES DO BRASIL RAGNARÖK ONLINE**

JOÃO PESSOA

2010

IGOR RAMADY LIRA DE SOUSA

**DO CREPÚSCULO DOS DEUSES À ALVORADA DOS AVATARES:
UM ESTUDO DOS PROCESSOS DE INTERAÇÃO, COMUNICAÇÃO E
SOCIALIZAÇÃO NAS COMUNIDADES DO BRASIL RAGNARÖK ONLINE**

Dissertação de Conclusão de Curso apresentada
como requisito para obtenção do título de Mestre em
Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em
Comunicação da Universidade Federal da Paraíba.

Orientador: Prof. Dr. Henrique Paiva de Magalhães

JOÃO PESSOA

2010

S725d Sousa, Igor Ramady Lira de.

Do Crepúsculo dos Deuses à Alvorada dos Avatares: um estudo dos Processos de Interação, Comunicação e Socialização nas Comunidades do Brasil Ragnar òk Online/ Igor Ramady Lira de Sousa. – João Pessoa: [s.n], 2010.

196f.: Il.

Orientador: Henrique Paiva de Magalhães.

Dissertação (Mestrado) – UFPb - CCHLA

1.Comunicação). 2. Comunidades. 3. Socialização.

)

UFPb/BC

CDU: 007(043)

IGOR RAMADY LIRA DE SOUSA

DO CREPÚSCULO DOS DEUSES À ALVORADA DOS AVATARES:
UM ESTUDO DOS PROCESSOS DE INTERAÇÃO, COMUNICAÇÃO E
SOCIALIZAÇÃO NAS COMUNIDADES DO BRASIL RAGNARÖK ONLINE

**Dissertação de Conclusão de Curso apresentada
como requisito para obtenção do título de Mestre
em Comunicação, pelo Programa de Pós-
Graduação em Comunicação da Universidade
Federal da Paraíba.**

Aprovado pela Banca Examinadora em ____ de _____ de 2010.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Henrique Paiva de Magalhães – PPGC/UFPB
Orientador

Prof. Dr. Marcos Nicolau – PPGC/UFPB

Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima – PPGEM/UFRN

Dedico este trabalho com todo carinho a
meus pais, Auxiliadora e Moacir,
pelos conhecimentos proporcionados a mim,
e não apenas nesta fase, mas por toda a vida, e
a minha companheira e amiga Anna,
pela força para realização deste.

AGRADECIMENTOS

Em reconhecimento aos professores doutores Marcos Nicolau e Wellington Pereira, idealizadores e coordenadores do curso, pela oportunidade criada junto ao Curso de Mestrado em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, agradeço;

Agradeço especialmente ao meu orientador Professor Doutor Henrique Magalhães, que me auxiliou e conduziu durante o desenvolvimento da pesquisa.

Agradeço também a todos do Curso, professores e funcionários. Aos professores em especial meu eterno agradecimento pela diligência e paciência no trabalho de formação de nossa turma;

Igualmente, agradeço aos meus colegas de Curso, pelo intercâmbio de doutrinas e conhecimentos, e pela experiência grata e memorável;

A minha mãe Maria Auxiliadora e a meu pai Moacir Barbosa minha permanente gratidão, pelo encorajamento na escolha deste caminho de vida e pelo apoio nas horas críticas madrugada adentro;

Sou grato aos meus irmãos, Radamir e Ramayana, pela inspiração e diálogos intelectualmente provocadores;

A minha tia Socorro Lira, agradeço pela paciência em receber um estudante expatriado em sua casa por meses seguidos, e tê-lo recebido no conforto de seu lar;

Agradeço também a minha companheira Anna, que me incentivou todos os dias e compreendeu minha ausência e dedicação aos estudos;

Agradeço a todos aqueles que contribuíram de alguma forma para a concepção deste trabalho;

RESUMO

Há 50 anos os games vêm se solidificando no mercado de entretenimento, adaptando-se aos intercâmbios de conteúdo entre as mídias. Certamente, é o momento de se discutir seu papel no palco das novas mídias digitais. Em razão do advento do gênero MMORPG, torna-se cada vez mais complexa a análise dos fenômenos sociais e mercadológicos que se manifestam nos mundos virtuais. Este trabalho abrange os processos de interação, comunicação e socialização entre jogadores imersivos no game Ragnarök Online, e seu papel na formação de relacionamentos e agrupamentos sociais. Após reunir alguns conceitos que fundamentam as categorias da pesquisa se procura analisar suas manifestações nas principais ambiências do Ragnarök Online: o site, o fórum e o game, apesar do risco no engajamento dos relacionamentos virtuais e a possibilidade do desmantelamento das comunidades virtuais. Conclui-se que existe um sentido de compartilhar e um sentimento de solidariedade que justifique a formação de relacionamentos e comunidades virtuais como o desígnio do Ragnarök Online.

Palavras-Chave: Comunicação. Interação. Socialização. Relacionamentos. Comunidade virtual.

ABSTRACT

For 50 years games have been solidified in the entertainment market, adapting to the exchange of content between media. Certainly, it is time to discuss his role on the stage of new digital media. In reason of the advent of the MMORPG genre, it becomes increasingly complex the analysis of social and market phenomena that manifest themselves in virtual worlds. This work includes the processes of interaction, communication and socialization between immersive players in the game Ragnarök Online, and its role in the formation of relationships and social groups. After meeting some of the concepts that underlie the categories of research that seeks to examine its manifestations in the main ambiances of Ragnarök Online: the website, the forum and game, despite of the risk of engaging in virtual relationships and the possibility of decommissioning of virtual communities. This work concludes that there is a sense of sharing and a sense of solidarity to justify the formation of relationships and virtual communities as the design of Ragnarök Online.

Keywords: Communication. Interaction. Socialization. Relationships. Virtual communities.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Informações da interface da tela do game.....	16
Figura 2 –	Personagem atacando o monstro “Escaravelho”	17
Quadro 1 –	Quadro comparativo entre os servidores do BRO.....	19
Figuras 3 e 4 –	O EDSAC e à direita o display CRT mostrando o Noughts and Crosses (1952)	30
Figura 5 –	Tennis For Two de Higinbotham, no monitor do osciloscópio, 1958.....	31
Figura 6 –	Russell, Graetz e Kotok, criadores do Spacewar e a máquina PDP-1.....	31
Figura 7 –	O Brown Box e o rifle de tiro ao alvo de Baer, 1968.	32
Figura 8 –	Pong, da Atari, 1971	33
Figura 9 –	Centralizada, Descentralizada e Distribuída (Baran)	35
Figura 10 –	Habitat (1986) da LucasFilm	37
Figura 11 –	Donkey Konk, Myiamoto, 1981	39
Figura 12 –	Dragon’s Lair, 1983	41
Figura 13 –	King's Quest, de Williams, 1984	41
Figura 14 –	Violência, atrizes de verdade e sensualidade em Night Trip, 1982.....	44
Figura 15 –	Perspectiva isométrica de um objeto	45
Quadro 2 –	As sete Gerações de Videogames (consoles caseiros).....	48
Figura 16 –	Formas híbridas: avatares usando o emoticom “Beijo”.....	64
Figura 17 –	A Kafra em primeiro plano e balões de chat ao fundo.....	65
Figura 18 e 19 –	O avatar ao lado de uma piscina... representados no mini-mapa do jogo.....	66
Figura 20 –	Chaos: o guerreiro e o mito.	73
Figura 21 e 22 –	Capitão do Aeroplano: NPC e personagem da HQ.....	76
Figura 23 e 24 –	Emoticons “Gota” e “Uau!”, referência direta ao game online.....	76
Quadro 3 –	Síntese maffesoliana para socialidade e pós-modernidade.....	84
Figura 25 –	Em letras amarelas, o dialogo do GM, que estava personificando o personagem Vili no evento.....	87
Figura 26 –	O reconhecimento do jogador a partir de uma particularidade estabelecida entre sua relação com o outro.....	91
Figura 27 –	Entrevista com Manoblue, para quem o jogo ensina conceitos familiares e amizade.....	109
Figura 28 –	Mendicância virtual: “DOE 7Z E SEJA FELIZ” (Mendiga!!).....	111
Figura 29 –	Um spambot na cidade de Prontera divulgando um site de venda de zennys.....	118
Figura 30 –	Concorrência na caça aos monstros: 9 personagens atacam o mesmo Anubis.....	123
Figura 31 –	O bot solidário, outra possibilidade a ser explorada.....	124
Figura 32 –	Luto por um BRO melhor: uma manifestação de descontentamento dos jogadores.....	125
Figura 33 –	Bot ciberativista: corrente “luto por um BRO melhor”.....	126
Figura 34 –	Greve: um bot hackeado brande uma bandeira customizada.....	127

LISTA DE SIGLAS

3D - Três Dimensões

ARPANET - Advanced Research Projects Agency Network

BNL – Brookhaven National Laboratory

BRO - Brazil Ragnarök Online

CRPG - Computer Role-Playing Game

CRT - Catodic Ray Tub

EDSAC – Electronic Delay Storage Automatic Calculator

EXP - Experiência

IRC - Internet Relay Chat

MIT – Massachusetts Institute of Technology

MMORPG - Multi Mass Online Role-Playing Game

MUD - Multi User Dungeons

NASDAQ - National Association of Securities Dealers Automated Quotations

NPC - Non-Player Character

PDP-1 - Programmed Data Processor-1

ROP - Ragnarök Online Points

TCP/IP - Transmission Control Protocol/Internet Protocol

TI - Tecnologia da Informação

UCLA - University of California, Los Angeles

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
1.1	O DESÍGNIO DO TÍTULO.....	13
1.2	RAGNARÖK ONLINE.....	14
1.2.1	Mecânica do jogo e interface da tela.....	15
1.2.2	Distinção e exclusão entre os servidores do BRO.....	17
2	PRESSUPOSTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS.....	20
2.1	A NETNOGRAFIA PARA O ESTUDO DAS COMUNIDADES VIRTUAIS E A OBSERVAÇÃO PARTICIPATIVA.....	24
2.2	A PERSPECTIVA TECNO-REALISTA.....	26
3	A HISTÓRIA DA NOVA MÍDIA.....	28
3.1	A ORIGEM E INDUSTRIALIZAÇÃO.....	29
3.2	PEQUENA DIGRESSÃO HISTÓRICA: A GÊNESE DA INTERNET.....	34
3.3	PERSONAGENS E NARRATIVAS INTERATIVAS: DO MUD À REVITALIZAÇÃO DA INDÚSTRIA.....	36
3.4	VELOCIDADE E CONEXÃO: O INÍCIO DA INDÚSTRIA DOS GAMES ONLINE.....	43
3.5	A LIDERANÇA DO MERCADO DE ENTRETENIMENTO GLOBAL.....	46
4	FORMAS CULTURAIS TECNOLOGICAMENTE MEDIADAS.....	51
4.1	PARA ANALISAR A “CULTURA” DA MÍDIA.....	51
4.2	DA CULTURA MIDIÁTICA.....	55
4.3	DA CIBERCULTURA.....	57
4.3.1	Ciberespaço, redes, comunidades, mundo virtuais.....	58
4.3.2	Hibridez tecnológica e a multimídia.....	62
4.3.3	Hipermídia como a linguagem dos games online.....	63
5	UMA ANÁLISE DO INTERCÂMBIO DE MATRIZES DE MÍDIA E DA CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA NO GAME RAGNARÖK ONLINE.....	67
5.1	A INDÚSTRIA DEGENERADORA DE MITOS CULTURAL.....	67
5.2	O PODER DO MITO.....	68
5.3	SOBRE A DEGENERAÇÃO SÍGNICA.....	69
5.4	A DEGENERAÇÃO MÁXIMA DO MITO NA MATRIZ MIDIÁTICA DO GAME.....	70
5.5	A ANÁLISE DO HIPOÍCONE E DAS MATRIZES EM RAGNARÖK ONLINE.....	71
5.6	MATRIZES MADE IN GAMECULTURA E O PRELÚDIO DA ALVORADA DOS AVATARES.....	71
6	A PROPÓSITO DA NOVA COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA.....	79
6.1	UM LIMIAR ENTRE AS TEORIAS SOCIAIS: A COMUNICAÇÃO, INTERAÇÃO E SOCIALIZAÇÃO CONTEMPORÂNEA.....	79
6.1.1	Da Comunicação.....	80

6.1.2	Da Interação.....	81
6.1.3	Da Socialização.....	82
6.2	UM NOVO MODELO COMPREENSIVO DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO.....	85
6.2.1	Será uma mídia de relacionamento? A emergência de relacionamentos em Ragnarök Online.....	87
7	A PROPÓSITO DA EFERVESCÊNCIA SOCIAL NAS COMUNIDADES DO BRO.....	93
7.1	DA COMUNIDADE IDEAL À COMUNIDADE DE FATO.....	96
7.2	COMUNIDADES VIRTUAIS.....	103
7.2.1	A iniciação: o papel da socialização dos jogadores na comunidade BRO.....	106
7.2.2	Entrevistas com jogadores imersivos: avaliação empírica dos conceitos estudados.....	108
8	A ÉTICA DA TRANSGRESSÃO.....	113
8.1	BOT: CONCEITO E PRÁTICA.....	114
8.2	CONTRAPROPOSTA PARA UMA ÉTICA BOT.....	118
8.2.1	Manifestações do “uso ético do bot” no BRO.....	122
8.3	DISTOPIAS CIBERNÉTICAS E TECNOCRACIA NA CULTURA DA NOVA MÍDIA	128
9	ADVERGAME: JOGANDO COM A MARCA.....	131
9.1	A PROBLEMÁTICA DA INTENÇÃO E DA INTERATIVIDADE.....	131
9.2	EXPOSIÇÃO DE MARCAS NO RAGNARÖK ONLINE.....	134
10	CONCLUSÃO.....	136
	REFERÊNCIAS.....	140
	GLOSSÁRIO.....	147
	ANEXOS.....	152
	APÊNDICES.....	190

1 INTRODUÇÃO

Desde a globalização da internet até o surgimento das novas mídias digitais, há um empenho de pesquisadores no sentido de interpretar as grandes transformações que vem passando a sociedade contemporânea. Incluem-se entre estas mudanças no cotidiano novas formas de interação social mediadas pelos dispositivos informacionais em rede. A questão que se apresenta é a emergência de uma nova forma de comunicação e socialização adaptadas às ambiências digitais conformadas pelas novas tecnologias da comunicação.

As conexões em rede representam uma evolução que re-configurou a indústria dos games e no contexto da evolução tecnológica dos meios de comunicação está em pauta o desenvolvimento de uma nova forma de entretenimento interativo. É o momento de se discutir o papel dos games no palco das novas mídias, visto como cada nova mídia é motivadora de novas linguagens, práticas e processos sociais, produzindo ao mesmo tempo novos papéis, signos e espaços.

Em consequência da convergência midiática na internet, passa a existir uma categoria de game online denominada *Multi Mass Online Role-Paying Game*¹ (MMORPG), responsável por processos de interação, comunicação e socialização entre *jogadores imersivos*² em *mundos virtuais*³. Além disso, nos mundos virtuais originados por estes games, apresenta-se uma nova forma de agrupamento social eletrônico e a emergência de relacionamentos virtuais. Manifestações que evidenciam o mérito dos games entre as novas mídias digitais.

Além de criarem conexões não presenciais entre jogadores dispersos no mundo (em cidades, estados e mesmo países diferentes), estes games também são ideais para a difusão de *culturas híbridas*⁴ que conceituam seus cenários de aventura e fantasia medieval. Um verdadeiro caldeirão multicultural, com sabores de todas as regiões do planeta, representando tradições diferentes na forma de mitos e lendas degenerados pela indústria dos games.

A indústria dos games é ainda motivadora de uma dinâmica cultural própria, que vem criando corpo ao longo de meio século, compondo suas próprias representações imagéticas.

¹ Uma interpretação aproximada seria jogo de interpretação de papéis para múltiplos jogadores massivos em rede. É um gênero de game online.

² Imersivo, neste sentido, é o estado interativo em que se encontra o jogador na prática do game (interação com a mídia do game). Especificamente falando em jogadores de MMORPG, eles se encontram “imersos” em um mundo virtual criado pelo sistema do game online. Nossa denominação de “jogador imersivo” advém do conceito de Santaella (2007, pp.34-35), que classifica como “imersivo, virtual” o leitor da hipermídia.

³ Mais sobre *mundos virtuais* originados por games online consultar Castronova (2001), Falcão (2007), Sousa (2009).

⁴ Ver Canclini (2008).

Assim, um pressuposto é que a compreensão da cultura dos games na atualidade encontra-se na interação junto à *cultura da mídia* e a *cultura digital*.⁵

É de se notar o intercâmbio freqüente de conteúdo entre a indústria dos games e o cinema, nas várias adaptações mútuas entre games de sucesso e os *blockbusters* de Hollywood. Sendo este só um exemplo de intercâmbio de *matrizes midiáticas* que representam a tradição da cultura da mídia. Há de se observar como um game online de sucesso pode ter seu conteúdo determinado por uma história em quadrinhos que o antecede, como também pode originar uma série de desenhos animados.⁶

Concomitantemente, a cultura dos games demonstra ter se ajustado perfeitamente à cultura digital por meio do gênero online. Mas isto quer dizer também que a cultura dos games não é mais apenas determinada pelas empresas. Enquanto jogadores colaboram para a produção de conteúdo, tornam-se corresponsáveis por estes mesmos conteúdos e por certas manifestações praticadas nos mundos virtuais. Isto se torna mais evidente quando uma empresa mantenedora de uma série de games online no Brasil não tem domínio sobre muitos eventos danosos que são originados nos mundos virtuais. Práticas prejudiciais não só à jogabilidade e à economia de mercado do game, como no uso de programas ilícitos (*bot* e *hack*)⁷ por alguns jogadores, para transgressão dos princípios éticos que regem os mundos virtuais. Sobretudo é preciso atentar às manifestações de ações fraudulentas, indigência virtual e evidências de aliciamento por dinheiro virtual, que atestamos em um servidor de um game online da categoria MMORPG.

A possibilidade de interação, comunicação e socialização nos mundos virtuais parece extraordinária, como também é arrebatador observar a emergência de um novo agrupamento social, nos clãs de jogadores, e a movimentação de bens e especulação financeira dos mercados virtuais. Entretanto, é preciso uma melhor compreensão das práticas que passam a existir na produção de conteúdo desta nova mídia digital. Visto como os mundos virtuais, longe de utopias cibernéticas, acabam por conter todos os vícios da realidade.

⁵ Uma discussão sobre as interseções entre os conceitos de cultura dos games, cibercultura e cultura midiática encontra-se em Sousa e Magalhães (2008).

⁶ Santaella (2005) fez um amplo estudo sobre o caso das *matrizes midiáticas*. Assis (2006) fala sobre o intercâmbio entre literatura, cinema e games ser possível por meio das *matrizes de mídia*. O conceito foi empregado em outro estudo por Sousa e Magalhães (2008) na análise de um game online.

⁷ Bot é o acrônimo inglês de robot (robô), e no contexto dos MMORPGs são programas que controlam o avatar sem que o jogador precise estar presente, isto é, dão autonomia aos personagens dos jogadores para que executem determinada atividade para a qual foram pré-programados. Hacker, no sentido empregado, refere-se aos programas que “roubam” itens de outros jogadores, conhecidos no fórum por “trade hack”, ou aqueles programas que criam itens do jogo e zennys (a moeda do *Ragnarök Online*). Os usuários de tais programas, entretanto, não seriam “hackers”, já que não produzem programas, muitos são apenas “leechers”. Ver Glossário.

Este trabalho tem por objetivo debater um novo paradigma comunicacional que abranja os processos de interação, comunicação e socialização entre jogadores imersivos, a partir da hipótese de que os processos sociocomunicacionais existentes são conformadores de relacionamentos e agrupamentos sociais em mundos virtuais, conforme corroboram neste sentido Primo (2007) e Nicolau (2008). Em um segundo momento interessa a análise destas novas formas sociais eletrônicas que coordenam as teorias das novas formas sociais contemporâneas de Lemos (2004a) e Maffesoli (2006). O estudo enfim procura formular um olhar crítico sobre as práticas, costumes e tradições de uma comunidade de jogadores e da empresa mantenedora do game online, baseado na releitura da teoria crítica da mídia de Kellner (2001). A pesquisa propõe, desta forma, contextualizar a cultura dos games na contemporaneidade.

É, portanto, através da observação da comunidade do *Brazil Ragnarök Online* (BRO), que os processos comunicacionais deverão se tornar evidentes, como se, assim, houvesse a possibilidade de materialização dos conceitos como relacionamentos e comunidades virtuais. Antes, entretanto, há necessidade de se discutir a gênese de uma forma cultural tecnologicamente determinada, que origina uma nova ambiência sociocultural, cuja compreensão abrange as culturas de massa, cultura da mídia e cibercultura.

1.1 O DESÍGNIO DO TÍTULO

A ideia central deste trabalho, expressa por meio de seu título, é que os games online, enquanto meios de telecomunicação (do grego *têle*, significando “ao longe”), constitui-se como uma nova mídia que origina processos de interação, comunicação e socialização em mundos virtuais. Aqui, ao se articular sobre como a indústria dos games tornou-se promotora de novos ambientes digitais, possibilitando novas formas de disputa, colaboração e cooperação entre jogadores, pressupõe-se também que essas ambiências são promotoras de novas formas de agrupamentos sociais e uma comunicação que foge à compreensão dos paradigmas comunicacionais tradicionais.

O título, “crepúsculo dos deuses”, refere-se à ideia da evolução tecnológica que revolucionou o cenário das telecomunicações. Ainda que se inclua a questão da exclusão digital, há a opinião de que o acontecimento significou o fim da supremacia dos meios de comunicação tradicionais (CASTELLS, 2000). O título é também uma alusão à mídia como

sendo os deuses de nossa época, a propósito de sua onipresença e onisciência. Mitos-celebridades propagados pela própria mídia como deidades contemporâneas.

Apesar do “crepúsculo” quase sempre remeter àquilo que está no fim, curiosamente na astronomia é entendido como fenômeno luminescente crescente ou decrescente (matutino ou vespertino), sentido também aceito na descrição do vocábulo em vários dicionários da língua portuguesa. A alvorada, por sua vez, lembra as pessoas sempre algo bom, algo novo, como o amanhecer que surge no horizonte. Uma renovação, que, no contexto das novas mídias, pode ser também uma inovação. Já o termo “avatar”, que originalmente expressava a manifestação corporal dos deuses hindus, nos mundos virtuais significa a representação gráfica de cada jogador imersivo. Deste modo, “a alvorada dos avatares” inclui a ideia do surgimento de uma nova era, em que se destacam a emergência dos relacionamentos virtuais e das comunidades de jogadores entrelaçadas à experiência de poderem vivenciar um cotidiano nos mundos virtuais, lembrando que, na atualidade, as práticas midiáticas são determinadas por meio das indústrias e mantenedoras destes games online e principalmente pelos jogadores.

O título é também uma analogia explícita ao game *Ragnarök Online*, escolhido para a observação dos fenômenos e processos, sociais e comunicacionais, analisados neste trabalho.

1.2 RAGNARÖK ONLINE

Ragnarök Online é um game da categoria MMORPG, conceituado no mundo mitopoético do quadrinista coreano Myoung Jin Lee. É preciso lembrar que, neste primeiro momento, a nona arte sempre se utilizou do hibridismo cultural para compor muitos de seus produtos midiáticos. Em um caso específico os mitos nórdicos foram retratados em personagens famosos, a exemplo de Thor da *Marvel Comics*, criado por Stan Lee, Larry Lieber e Jack Kirby, nos anos 1960. A obra em quadrinhos *Ragnarök*, criada por Myoung Jin Lee em 1998, é uma adaptação da mitologia nórdica com aspectos da cultura oriental. *Ragnarök*, em quadrinhos, teve apenas 10 volumes lançados na época, em virtude do envolvimento do autor na criação do game online homônimo. Em 2004, a editora brasileira *Conrad* lançou em 20 volumes o *manwha* (história em quadrinhos em coreano).

O game foi produzido juntamente com a multinacional *Gravity Corp*, uma empresa desenvolvedora de softwares para games online fundada em 2000, sendo a primeira empresa

coreana de TI a ser listada no NASDAQ⁸ em 2005. A distribuição em nível nacional do *Ragnarök Online* é feita por sua representante no Brasil, a empresa de games online *Level Up! Interactive S.A.*⁹. Empresa asiática fundada em 2002, a *Level Up!* vem atuando nas Filipinas, Índia e Brasil. Aqui no país se associa à *Tec Toy S.A.* em 2004. A *Tec Toy* foi a responsável pela distribuição dos bem-sucedidos consoles Master System, Mega Drive e Game Gear no país, na década de 1990, já sendo uma tradicional empresa do mercado dos games nacional. Em fevereiro de 2005, a *Level Up!* lançou oficialmente *Ragnarök Online* no Brasil.¹⁰

1.2.1 Mecânica do jogo e interface da tela

A expressão “mecânica do jogo” é comumente utilizada no mesmo sentido de jogabilidade (*playability*), expressando a interação do jogador com o game.¹¹ Curiosamente é a partir do domínio da dinâmica do game que se faz possível compartilhar a experiência de jogo com outros jogadores, e em consequência comunicar-se. Em um nível mais básico, a jogabilidade é uma iniciação e um aprendizado às regras do game. Este exercício cognitivo, entretanto, ganha significativa complexidade à proporção que o próprio jogador se especializa, aumentando suas habilidades no game.

O jogador controla seu personagem utilizando conjuntamente o mouse e o teclado. O game utiliza interface amigável: orienta-se o personagem com uma seta controlada pelo mouse. Um clique do mouse é suficiente para interagir com o ambiente do game. Na proporção em que as ações se tornam mais complexas, mais comandos são exigidos. Logo, praticamente todo o teclado é empregado, em combinações rápidas de comandos em conjunto com o mouse.

Todo jogador, iniciante ou não, após criar um personagem novo em *Ragnarök Online* passa pelo Campo de Treinamento, que inclui o tutorial do game e um mapa para exercício das habilidades recém adquiridas no game. É um espaço para se aprender a controlar os personagens, a caçar monstros e a interagir com outros jogadores. As “aulas” são ministradas

⁸ Fonte disponível em: <<http://www.gravity.co.kr/eng/about/ceo.asp>>

NASDAQ (National Association of Securities Dealers Automated Quotations) é a bolsa de valores que compreende empresas globais de alta tecnologia em eletrônica, informática, telecomunicações, biotecnologia, etc. (Wikipédia).

⁹ http://games.levelupgames.com.br/ragnarok/guia_jogo/primeirospassos.php

¹⁰ <http://levelupgames.uol.com.br/website/empresa.aspx>

¹¹ KÜCKLICH, Julian; FELLOW, Marie. Play and Playability as Key Concepts in New Media Studies. Disponível em: <<http://www.playability.de/Play.pdf>> Acesso:23/09/09

por *Non-Player Characters* (NPC)¹². A Figura 1 apresenta a tela de interface do game, com um esquema sinalizando as informações básicas.

O ângulo de visão da tela pode ser modificado. Embora a Figura 1 mostre a posição que usualmente se utiliza em batalha, ela privilegia um maior campo de visão e facilita a estratégia de jogo. Algumas imagens bonitas no *Ragnarök Online* são registradas apenas modificando o ângulo da câmera.

A Level Up!, em seu guia para iniciantes, utiliza o termo “jogabilidade, para citar quatro formas de interação com o game: *emoticons*, atalhos no teclado, outros comandos e modo de batalha.¹³

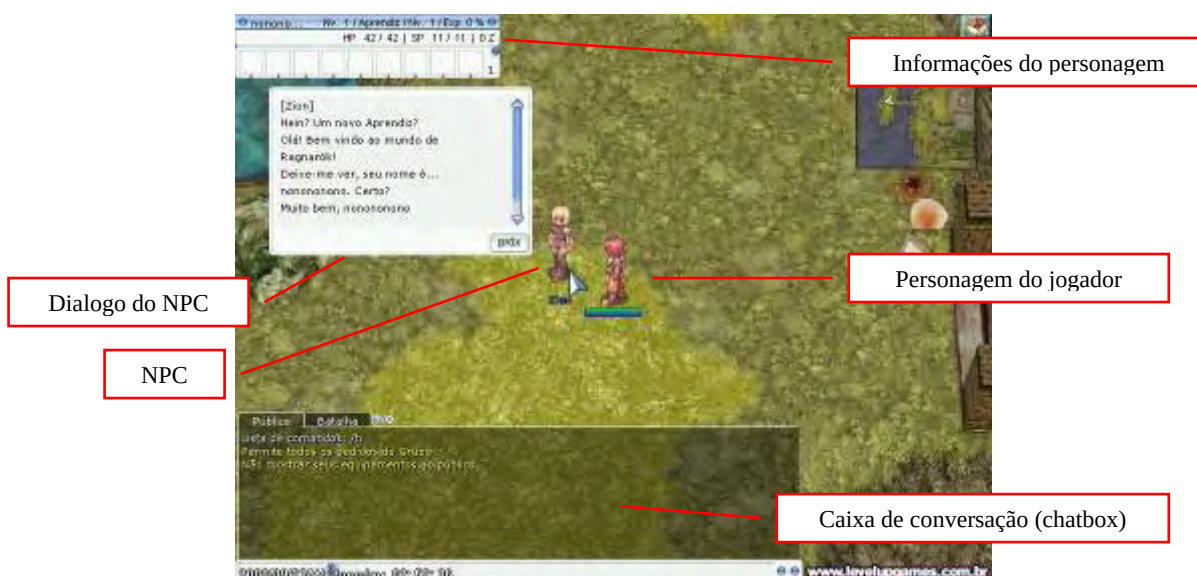


Figura 1 – Informações da interface da tela do game

Os *emoticons* no *Ragnarök Online* seguem o mesmo princípio daqueles utilizados em e-mails, fóruns, blogs e no IRC. Só que eles servem de expressão para o personagem do jogador, não apenas para seu diálogo textual. Um *emoticon* digitado como o tradicional :p manifesta-se em uma expressão no avatar do jogador. Outros comandos do game são também digitados como /exall que bloqueia mensagens particulares de outros jogadores.¹⁴

¹² NPC: (Non Person Character): Significa “personagem não jogador”, um avatar controlado pelo sistema do game.

¹³ JOGABILIDADE. IN: Guia para iniciantes, disponível em:

<http://games.levelupgames.uol.com.br/ragnarok/guia_jogo/jogabilidade_emoticons.php> Acesso:23/09/09

¹⁴ Os emoticons ainda serão referidos mais a frente como uma forma híbrida de comunicação, determinada pela linguagem da hipermídia dos games.



Figura 2 – Personagem atacando o monstro “Escaravelho”

Quando o cursor aproxima-se de algo, aparece o nome dos itens, monstros ou personagens. Ao passar por cima de um personagem, o ponteiro do mouse mostra seu nome, o nome do grupo e o nome do clã, caso ele seja membro de um, possibilitando a todos saberem estas informações. Para atacar um monstro basta o jogador clicar em cima dele (Figura 2). Neste caso, o cursor muda de seta para forma de espadinha, identificando um inimigo (Escaravelho). Os números que aparecem na Figura 2 é o dano que um jogador aplica no inimigo. Somando isto aos efeitos especiais, e a vários jogadores ao mesmo tempo atacando o mesmo inimigo, às vezes não é possível os jogadores enxergarem seus personagens. Nisso também é possível disputas entre jogadores em mapas determinados.

1.2.2 Distinção e exclusão entre os servidores do BRO

No Brasil, a *Level Up!* desempenha o papel de mantenedora dos servidores do game online, praticando constantes atualizações de episódios e manutenções preventivas/corretivas. Em 2005, existiam três servidores pagos no *Ragnarök Online*, ou seja, após o período gratuito de teste, o usuário/jogador seria obrigado a creditar tempo de jogo em horas ou dias.

Fora isso, todos os equipamentos, itens e cartas eram conseguidos licitamente de três formas: a) *dropadas*¹⁵: caíam unicamente ao se derrotarem monstros no game; b) *trade*¹⁶:

¹⁵ Os jogadores conjugam muitas expressões de língua inglesa como se fossem palavras do nosso idioma. *Dropar* é uma expressão da cultura dos jogadores de MMORPG no Brasil originada provavelmente do inglês *drop* que significa deixar cair. *Dropada* (particípio de *dropar*) significa, assim, fazer um monstro *deixar cair* um item ao derrotá-lo.

¹⁶ *Trade* do inglês negociar.

negociadas no mercado interno do game; c) *quests*¹⁷: atendendo-se certos requerimentos de um NPC, o que acabava por incluir as opções anteriores. (A expressão licitamente exclui as práticas que já existiam na época, a utilização de programas ilegais como *bot* e *trade hack*). Os jogadores começavam em pé de igualdade, e à medida que seus personagens se desenvolviam no game, caçavam monstros e ganhavam experiência para evoluírem (EXP), isto até chegarem os créditos em *Ragnarök Online Points* (ROP) nos servidores.

No decorrer de cinco anos de funcionamento do BRO, as constantes atualizações de episódios acarretaram o implemento de novos mapas, *quests* (buscas/aventuras), classes de personagens, itens e equipamentos. Certamente estas implementações tornaram o game mais interessante, sempre contendo algo diferente, provavelmente acarretaram menos evasões de jogadores-clientes. Mas, entre estas inovações houve também a unificação dos servidores pagos, em um único Servidor Premium, chamado Odin, junto à criação, em 2008, de um Servidor de Acesso Gratuito, denominado Thor.

O Servidor de Acesso Gratuito é um formato de servidor criado pela Gravity ligeiramente diferente do Servidor Premium. A grande vantagem sem dúvida é a isenção da obrigação de se inserir créditos para se jogar. E como a empresa consegue manter um servidor de game online sem ganhar nada por isto? A resposta é tão burguesa quanto contraditória: ela não fica sem receber. No Thor a tradicional venda de créditos por tempo foi substituída pelos créditos em ROP, que podem ser trocados por vantagens dentro do game.

Por exemplo, o *drop rate* (chance de cair) de cartas e alguns itens específicos foram suprimidos ou retirados de vez do Servidor de Acesso Gratuito, sendo apenas adquiridos através dos ROP. Além disso, a penalidade pela morte de um jogador, que no Servidor Premium é 1% da EXP, enquanto no Servidor de Acesso Gratuito é 5%, não abona a porcentagem extra de experiência (50%) que o Thor tem superior ao Odin. Morrer no *Ragnarök Online* é um evento constante, inclusive banalizado, quando no caso o personagem se encontra com a sua experiência “zerada” e seu jogador não deseja andar para voltar aonde salvou. Novamente os itens e equipamentos de ROP aparecem como um tônico para o estresse gerado no jogador ao se perder tanta experiência de uma só vez. Há itens e equipamentos ROP que promovem ganho extra de experiência por tempo limitado ou até possibilitam outras vantagens, como não perder experiência temporariamente ao se morrer.

¹⁷ *Quests* são as empreitadas que os jogadores precisam concluir a fim de conquistarem algo, como as *quests* de mudança de classe, ou então as *quests* de acesso a calabouços. Existem ainda *quests* que dão itens especiais e outras que premiam os jogadores com pontos de experiência (EXP).

Atualmente, as duas formas de arrecadação que a *Level Up!* possui são o crédito em ROP e creditar tempo de jogo. ROP também podem ser adquiridos no servidor Odin, para compra de itens e equipamentos extras que não *dropam* (caem) normalmente de monstros. Mas neste servidor ainda é necessário creditar tempo de jogo mesmo que se tenha adquirido crédito em ROP. A criação de equipamentos e itens customizados e exclusivos certamente é uma grande vantagem aos jogadores que ingressam no Thor.

A *Level Up!* tem determinado domínio da produção dos bens digitais que são comprados por ROP. Ela pode sugerir projetos de itens e equipamentos à *Gravity*, que após avaliação delibera a inclusão nos servidores brasileiros. Comprova-se neste período de observação daquilo que foi proposto pela *Level Up!* que quase semanalmente ela traz novidades para seus consumidores ávidos de bits cibernéticos. É preciso que se reconheça a *Gravity* e a *Level Up!* como na vanguarda dos esquemas de mercado online, pela rápida adaptação de seus produtos e, da mesma forma, na adaptação de um novo modelo de servidor de game online.

Entretanto, mesmo que a compra de ROP não determine o acesso do jogador ao game online, este não deixa de ser um indicador de exclusão social dentro da comunidade de jogadores. Ter ou não itens e equipamentos de ROP determina o status de um jogador, sua interação, aceitação e eventual ascensão aos clãs de jogadores mais experientes. É preciso rever a designação enganosa de um servidor de game online como “gratuito”, ao se angariar fundos a partir desses mecanismos sociais de exclusão e inclusão de bens de consumo (digitais). Do contrário, trata-se de uma forma perniciosa de se fazer propaganda de um serviço online.

<i>Servidor</i>	<i>Odin</i>	<i>Thor</i>
Acesso	Pago (1 semana de <i>trial</i>)	Gratuito
Rate da Experiência (EXP)	Normal	50% Permanente
Penalidade ela morte	1% EXP	5% EXP
Modificação no <i>drop rate</i>	Não	Sim
Exclusão de alguns <i>drops</i>	Não	Sim
Itens ROP	20% Desconto	Maior variedade disponível
Limite para segurança no Aprimoramento dos Equipamentos	Sim	Não
Programa de fidelidade	Sim	Sim

Quadro 1 – Quadro comparativo entre os servidores do BRO

2 PRESSUPOSTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

Na atualidade fala-se tanto no híbrido, hibridez e hibridização, em face da convergência tecnológica e miscigenação cultural, que como não deixaria de ser, esta pesquisa também tem seu caráter híbrido. A pesquisa classifica-se, quanto ao objeto, como bibliográfica e de campo (SANTAELLA, 2006, p.147). Feita a coleta de dados em uma nova ambiência social eletrônica, a pesquisa tem seu viés empírico sócio-antropológico que se fundamenta no método que será descrito no tópico seguinte. Mas, como será apresentada, do mesmo modo, um estudo sobre a origem dos games, esta parte qualifica a pesquisa também como de natureza histórica: a história da nova mídia.

Os games representam um objeto cujo estudo está em voga na atualidade, e sendo assim, um mapeamento teórico inicial foi decisivo. O tema foi se desenvolvendo enquanto cursava as disciplinas do curso de Comunicação e Culturas Midiáticas, do PPGC da UFPB, sendo fundamental a troca de conhecimentos com os professores e com o orientador deste trabalho. Após a delimitação do objeto de estudo iniciamos a pesquisa teórica das obras bibliográficas relacionadas à temática. O acervo encontrado foi restrito e incorpora o espírito transdisciplinar da comunicação, em que diferentes áreas de conhecimento serviram para a compreensão de alguns fenômenos observados. A questão imposta inicialmente era até que ponto os instrumentais teórico-metodológicos comunicacionais dariam suporte competentes para o desenvolvimento desta pesquisa. Aparentemente uma abordagem teórica tradicional não compreenderia a complexidade dos fenômenos comunicacionais emergentes do ciberespaço.

A comunicação é responsável pela integração social de jogadores imersivos em comunidades virtuais e em outras formas de agrupamentos sociais, os quais seriam determinados após análise da comunidade BRO. Esta hipótese inicial conduziu à definição dos pressupostos teóricos e das categorias que possibilitaram a análise e compreensão da temática.

A primeira parte da pesquisa definiu a mídia do game *Ragnarök Online* em seus aspectos estruturais, em que abordagens antigas das teorias dos jogos atrelam-se aos recentes estudos da hipermídia. Constituindo significados em meio a uma prática lúdica, discute-se o papel dos games enquanto representantes dos jogos da contemporaneidade. Neste desígnio,

corroboram autores tradicionais, como Huizinga (1996), Caillois (1990) e mesmo McLuhan (1979), que já compreendiam os jogos como significantes para suas civilizações de origem.¹⁸

De fato, os games possuem a qualidade de transmitir em seu conceito conteúdos simbólicos, e até mesmo se reconhece sua capacidade de constituir representações étnicas e sociais. Em consequência, aponta-se que além de um entretenimento interativo os games são verdadeiros sistemas semióticos.¹⁹

Além de contextualizar historicamente a prática do jogo e pensar o papel do espírito lúdico para a Civilização, compreende-se pelo conceito de “puerilismo” de Huizinga (1996, p.227-228), parte da mistura de barbárie e contravenção de alguns jogadores imersivos. Enquanto Caillois (1990, pp. 33-48) corrobora no sentido de uma intenção civilizadora para os jogos, sua classificação dos tipos de jogos (quanto a sua intenção: agôn, alea, mimicry e inlrix; e na dimensão das regras: paidia e ludus), auxiliaram a definição nesta pesquisa de games como *Ragnarök Online* como tipos híbridos (ver também CAILLOIS, 1990, Quadro I, p.57). Da mesma forma, a noção de “máscara” do jogo, de que falam os autores, ilustra claramente o papel dos avatares na categoria MMORPG.

A mídia dos games online, definida por Sousa e Magalhães (2008, p.156), é constituída pela linguagem hipermidiática. Linguagem compreendida por meio de Sanatella (2005, cap. VII; 2007, cap. 2) e Leão (2005); de forma semelhante encontramos a noção de “*ergotic literature*” de Aarseth (1997), que envolve alguns conceitos de hipermídia ao tratar do hipertexto (ver também Lévy, 2007, cap. 3). Desta forma, a pesquisa envolve os conceitos de “cibercultura” a partir de Lévy (1998, 1999, 2007) e Lemos (2004a); “culturas híbridas” de Canclini (2008); e “cultura da mídia” de Kellner (2001) e Santaella (2003, 2005). Ainda que um estudo sucinto sobre a acepção de cultura nas ciências sociais seja encontrado em Cuche (2002), cada autor supracitado apresenta seu significado para o termo. À vista da abordagem e métodos escolhidos se considera esta pesquisa engajada entre os estudos das “culturas midiáticas” (PAIVA, 2008; PEREIRA, 2008 p.166). É em meio à temática apresentada que se discute o desígnio da “cultura dos games” na atualidade.

São encontradas muitas informações sobre a história dos games na internet espalhados entre sites pessoais e de empresas do mercado. A própria consulta aos verbetes na Wikipédia proporcionou uma compreensão da estrutura linear temporal dos eventos (e inventos) mais

¹⁸ Existem muitas acepções para o termo jogo, que alteram seu sentido de acordo com sua variação nominal e verbal. Procuramos utilizar termos em inglês para restringir o discurso às práticas dos jogos que se conformam em meios eletrônicos e digitais. Assim, tentamos destacar as peculiaridades dos *games online*, a exemplo do *Ragnarök Online*, de seus predecessores, como o xadrez, jogos carteados, ou mesmo das atividades esportivas.

¹⁹ Sobre este tema, um interessante estudo monográfico foi feito por Daniel Luna, intitulado *Comunicação e representação social nos videogames: em análise, o jogo Grand Theft Auto – San Andreas* (2008).

relevantes da indústria. Além disso, na consulta à internet encontra-se trabalhos que auxiliam no entendimento das primeiras gerações de consoles de videogames (MENEQUETTE *et al*, 2007)²⁰ e da origem dos primeiros CRPGs (RPGs eletrônicos para computadores, ver MARQUES; CEONI, 2007).²¹ Igualmente, Lemos (2004a), ao abordar o fenômeno da cibercultura, fala do início dos *Multi-User Dungeons* (MUD) e das primeiras experiências de criação dos mundos virtuais. Há ainda autores (GOLZIO; MENDES, 2008) que notabilizam de forma sucinta a evolução dos games à guerra. A contribuição mais audaciosa, entretanto, seria a do documentário *A Era do Videogame* (dividido em cinco episódios com duração aproximada de 45 minutos cada), produzido pelo Discovery Channel. Neste documentário discorrem especialistas e atores da indústria do entretenimento interativo. Ao ser realizada uma incursão histórica na indústria dos games é possível entender, entre outros fenômenos, como a interação entre jogadores em ambientes virtuais criados por games online existe desde os primórdios da indústria.

A interação entre jogadores, dentro de um game online, se faz tão importante na atualidade, quanto à interpretação de seu conteúdo determinado pelas empresas do mercado de softwares de games. A questão da co-autoria dos jogadores imersivos dentro de mundos virtuais é uma característica marcante da própria cultura digital, ao mesmo tempo em que estes jogadores se engajam em relacionamentos mediados pelos dispositivos informacionais que servem de suportes aos games online.

A segunda parte da pesquisa compreende a materialização dos processos mediados pelo game *Ragnarök Online* na análise da comunidade do BRO. A compreensão dos paradigmas comunicacionais e sua inclusão como processo de mediação e interação encontram-se em Wolf (2008, pp.108-130), Santaella (2006, cap.3), Cardoso (2007, 99-128), Berlo (2003, cap.2 e 5), Silverstone (2005, p.17 e cap.2), Thompson (2008, cap.3), Primo (2007, pp.17-30). Um estudo sobre a teoria da “comunicação sintética” encontra-se em Cardoso (2007, pp.129-133); a propósito da emergência dos relacionamentos virtuais envolvem principalmente abordagens sistêmico-relacionais do processo de comunicação encontradas em Primo (2007, cap. 2, 3 e 4) e Nicolau (2008, pp.38-53). Ressalta-se que a Comunicação Mediada por Computador (CMC) é referida também por Castells (2000, cap. 5) e Lévy (1999, cap. V).

²⁰ MENEQUETTE, L. C. ; OLIVEIRA, A. G. ; PIRES JUNIOR, J. C. . *A nova VGmusic: Música Adaptiva e Paisagens Sonoras Ecologicamente Orientadas*. 2007. Trabalho apresentado no Simpósio de Iniciação Científica da Faculdade de Informática de Presidente Prudente (Universidade do Oeste Paulista) Disponível em: < http://www.gamecultura.com.br/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=521> Acesso:16/09/09

²¹ MARQUES, A.; CEONI, K. O Histórico e a Importância da Mídia Digital nos Jogos On-Line: dos RPGs tradicionais para os CRPGs e os On-Line. Trabalho apresentado ao GT 8 – História da Mídia Digital, do V Congresso Nacional de História da Mídia, realizado em São Paulo, de 31 de maio a 2 de junho de 2007. Disponível em:< <http://www.redealcar.jornalismo.ufsc.br/resumos/R0107-1.pdf>> Acesso:16/09/09

É também quando se considera a nova forma de “socialização contemporânea” que se encontram estudos sobre a “socialidade” e “cibersocialidade contemporânea”, em Maffesoli (2006), Quaresma (2005, 2005, p.81-89) e Lemos (2002, pp.80-88), sugerindo a compreensão do processo de comunicação como “cola social” (MAFFESOLI, 2003, pp.13-20).

Além disso, encontram-se debates sobre a “modernidade” e a “pós-modernidade” atrelados a discussões acerca do papel da mídia em Lemos (2004a, cap. 1), Maffesoli (2006, ver notadamente quadro na p.31), Kellner (2001, pp.64-74), Canclini (2008, cap. 2), Thompson (2008), Bauman (2001); referências que abordam a “pós-humanidade” foram procuradas em artigos de Santaella (2003b), Ferreira (2004, p.31-42), Franco (2007) e em uma entrevista com Santos (2006).

A propósito da formação de “comunidades virtuais”, primeiramente menciona-se o pioneirismo de Rheingold (2000), seguindo a revisão do conceito nos trabalhos de Primo (1997), Recuero (2001), Lemos (2002) e Falcão (2007). Ainda enquadra-se nesta categoria a obra de Lévy (2007) que aborda seu projeto de “inteligência coletiva”, que por assim dizer, é uma forma comunitária de construção do saber. Destaca-se a distinção entre comunidades virtuais e redes sociais, por Raquel Recuero, em seu blogue *Social Media*.²²

Percebe-se que além de prover muitas teses e artigos científicos, a internet serviu de fonte inesgotável de conhecimento sobre o tema. Por isso, foram visitados muitos blogs, fóruns e sites, oficiais e de fãs, sobre games dos mais variados estilos e gêneros, principalmente, que tratassem da categoria MMORPG. Foram lidos livros e mangás, assistidos filmes e animes, que de alguma forma se relacionassem com o universo lúdico de *Ragnarök Online*. A questão sobre o método em si está relacionada com estas variadas fontes de conhecimentos acerca do game *Ragnarök Online*, o que abrange a ideia de Aarseth do “círculo hermenêutico de análise de jogos” (hermeneutic circle of game analysis):

O círculo hermenêutico de análise de jogos deve incluir a coletânea do jogador do game (o site de discussão oficial da empresa, rede de sites de fãs, e outros grupos de usuários), e, se possível, a observação direta de pessoas jogando, e não apenas a leitura de seus relatórios e discussões. Como a maioria dos aspectos da prática do jogo é não-verbal, observando-se diretamente estilos de jogo e técnicas é inestimável, principalmente se já conhecemos o game com algum grau de intimidade. (AARSETH, 2003, p.6).²³

²² RECUERO, Raquel. Comunidades Virtuais e Sites de Redes Sociais, disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/comunidades_virtuais_e_sites_de_redes_sociais.html>
Comunidades Virtuais: Questionamentos e Discussão, disponível em:
<http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/comunidades_virtuais_questionamentos_e_discussao.html>
Acesso:21/09/09

²³ The hermeneutic circle of game analysis should include the game’s player collective (the official company web site discussion board, fan web rings, and other user groups), and, if possible, direct observation of others playing, not merely reading of their reports and discussions. Since most aspects of play are non-verbal, observing

2.1 A NETNOGRAFIA PARA O ESTUDO DAS COMUNIDADES VIRTUAIS E A OBSERVAÇÃO PARTICIPATIVA

Em seu artigo sobre a epistemologia da comunicação, Duarte (2003, p. 3) diz que ela “é um conjunto de conhecimentos teórico-metodológicos ligados simbioticamente que permitem elaborar uma forma de investigar um objeto”. O autor propõe um novo modo de olhar este objeto da comunicação ao se relacionar conhecimentos de outras ciências vizinhas. “As ciências da comunicação constituem hoje em dia um nó transdisciplinar”, escreveu Santaella (2006, p. 83). Como qualquer pesquisa na área da comunicação, um estudo dos games torna-se um território de convergência de múltiplos saberes.

No contexto das redes sociais digitais e da observação das comunidades virtuais, surge uma nova abordagem antropológica da comunicação, denominado “netnografia”, outros trabalhos e obras foram importantes para sua consolidação enquanto método de pesquisa (TRAVANCAS, 2009, p.98-109; GUIMARÃES JR, 2004, 123-154, CLIFFORD, 2002, cap. 1, AARSETH, 2003). Observa-se a utilização da abordagem “netnográfica” em um estudo das comunidades virtuais de uma escola de samba do Rio (ver SÁ, 2002). Este foi o método eleito para esta pesquisa pressupondo que os games são mídias e os processos estudados já foram igualmente observados nos outros meios de comunicação.

A etnografia é parte dos estudos antropológicos. “A etnografia faz parte do trabalho de campo do pesquisador. E é entendida como um método da pesquisa qualitativa e empírica que apresenta características específicas” (TRAVANCAS, 2009, p.100). Já na abordagem netnográfica, o observador encontra-se no ambiente virtual, participando da comunidade virtual enquanto coleta os dados para sua pesquisa, além de propiciar a familiarização com o objeto de estudo. Estes dados podem ser trechos de chats dentro do jogo, imagens do ambiente virtual ou dos avatares dos outros jogadores, todos coletados a partir do ponto de vista dos avatares do próprio pesquisador.

Na observação *in locu* de seu cotidiano, dos costumes e práticas, esta abordagem procura visualizar da melhor forma possível os processos de interação, comunicação e socialização entre jogadores imersivos, uma vez que, transcrever um acontecimento ocorrido

player styles and techniques directly is invaluable, especially if we already know the game with some degree of intimacy. (Tradução do autor).

em um mundo 3D, para uma mídia 2D (a Dissertação), seria antes de tudo um trabalho de tradução.

A prática de um diário de jogo para descrição de fenômenos em comunidades virtuais converge com a ideia do diário de campo do método etnográfico. Segundo Aarseth (2003, pp.3/6), entende-se que parte do “*hermeneutic circle of game analysis*” deve constituir um diário de jogo. De fato, o método adotado inicialmente foi a “observação participativa” do BRO, momento em que se utilizou a experiência de jogo do próprio pesquisador, auxiliando a observação (às vezes anônima) de jogadores imersivos e de seu cotidiano no game. Compreende-se que “a palavra observação não se restringe necessariamente à observação empírica”, como escreveu Santaella (2006, p. 187). Contudo, é sugerida a coleta de dados em “campo” quando a ilustração destes processos se faz necessária.

No decorrer da pesquisa, tornou-se pertinente a elaboração de entrevistas com jogadores imersivos, a fim de testar as categorias encontradas na investigação exploratória do tema. Relacionada à amostragem e aplicação dos questionários, a abordagem foi qualitativa (SANTAELLA, 2006, pp.143-144), uma vez que seria preciso verificar se estas categorias seriam realmente relevantes para a comunidade – convém que a observação de laços e afinidades não é algo que se quantifique. Como esperado, os relatos evidenciaram a complexidade dos relacionamentos mediados pelo game online.

Tornou-se clara, igualmente, a dinâmica de conteúdo entre game, fórum oficial e sites especializados. A qualquer momento os jogadores podem acessar uma destas ferramentas (como a própria mantenedora do game instrui a utilização destes espaços). Para tanto, uma preocupação foi referir-se aos tópicos encontrados no fórum oficial – casos como o do *AngelClaw*,²⁴ tornaram-se míticos na comunidade do fórum do BRO.

Os comandos do jogo */savechat* e a tecla *printscreen* foram meios de captação de textos e imagens do *Ragnarök Online*, que serviram de ilustração do cotidiano dos jogadores e dos eventos do game. Entretanto, na formatação do trabalho, houve a preocupação com a edição das imagens e os *nicks* dos jogadores (o nome dos avatares) foram tarjados. Isto para preservar o anonimato dos jogadores frente à comunidade do BRO.

Sobre a experiência de pertencer a uma comunidade virtual, o espaço do game *Ragnarök Online* possibilitou a vivência, a observação e a documentação do que seria uma vida virtual, ou uma “segunda vida” (parafraseando um outro jogo da mesma categoria, o *Second Life*).

²⁴ AngelClaw era o nome de um avatar de jogador que teria sido punido por uso de Bot, dando origem a polêmica entre os fóruns oficial e dos Bots.

Naquele ambiente virtual foi observado como se relacionam virtualmente os jogadores, no surgimento de amizades espontâneas; como eles se organizam em clãs; e até mesmo seus “castos” relacionamentos amorosos-virtuais. Também se ressalta todas as incoerências e contradições existentes em uma vida virtual, principalmente em seu aspecto mercadológico como na prática do *Bot* pelos jogadores e na criação de ROPs pela Level Up!.

2.2 A PERSPECTIVA TECNO-REALISTA

Hoje, a sociedade contemporânea é tão intimamente conectada a tecnologia, ao ponto de se pensar não mais apenas em um organismo cibernético (*Cibernetico-Organism*), como também nas cidades-ciborgues²⁵. A convergência das mídias no ciberespaço acarretou modificações consideráveis na velocidade de transferência da informação e na propagação de conhecimentos em escala global, da mesma forma que colaborou para a criação do eu digital, dos ambientes virtuais e de novas relações originadas por meio de máquinas. Assim, as modificações são sentidas na própria comunicação e socialização que se transfiguram seguindo a lógica da rede.

De fato, a cultura dos games, tanto quanto a cibercultura, seriam demasiadamente estigmatizadas. Conforme será exposto, a cultura dos games foi perseguida por constituir representações violentas e sensuais para o grande público. Ela também já foi acusada de alienadora da juventude, por desperdiçar seu tempo – melhor que lessem livros, diriam. Da mesma forma, a sociedade tende ainda a perceber com relativo desdém manifestações claras da cultura digital: o cibersexo, as redes sociais digitais, a falta de privacidade, os vírus, entre outros. “Muitos intelectuais contemporâneos criticam a Internet justamente por este caráter frívolo, de despesa e excesso improdutivo”, diria Lemos (2002, p.116).

Segundo Lemos (2002, p. 127), não se trata de termos uma visão asséptica da cibercultura, seria preciso atentar mais ao seu cotidiano que na utopia da cibercultura. Considera-se Lévy de um otimismo-realista, pela sua forma de reconhecer que a Internet não é a solução definitiva para todos os problemas do mundo. O autor nos convida a considerar apenas dois fatores:

²⁵ Lemos analisa as transformações que as áreas urbanas passaram recentemente com a evolução tecnológica. LEMOS, Andre. Cidade-ciborgue. A cidade na cibercultura. In: Galáxia. Revista Transdisciplinar de Comunicação, Semiótica, Cultura., n. 8, outubro de 2004b., PUC-SP, São Paulo, disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cidadeciborgue.pdf>> Acesso:20/09/09

Em primeiro lugar, que o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem. Em segundo lugar, que estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano. (LÉVY, 1999, p.11).

Atualmente, Kellner estende suas observações também ao ciberespaço, e corrobora neste sentido:

As tecnologias do computador estão produzindo uma nova esfera pública onde as pessoas podem participar no debate público, produzir seus próprios sites culturais e políticos e listas de discussão, e assim ampliar significativamente o alcance e a variedade de vozes e visões em nossa cultura. No entanto, também existem miríades de perigos de ficar-se perdido na hiper-realidade do ciberespaço, de substituição de políticas da Internet por lutas do "mundo real" e da proliferação de informações, mensagens e opiniões implodindo em simples "ruído". (KELLNER, 1996, online).²⁶

A questão a ser proposta para reflexão é: será que se deve deixar a observação da realidade, das práticas efetivas no ciberespaço, em detrimento de sua idealização? É quando se adota esta posição tecno-realista, que inúmeras outras questões se tornam emergentes. Seriam os *hackers* ciber-criminosos ou ciberativistas? Seremos capazes de distinguir um ser humano de um *replicante*? Deve-se temer um futuro em que até as pessoas seriam motivo da convergência tecnológica?

Estas perguntas levam a refletir mais sobre aquilo que se considera à primeira vista como despesa inútil, pois quem sabe manifestações como o uso de *bots* consistiriam na verdade em um novo caminho para as vias cibernéticas, uma abertura, talvez, para o pós-humano.

²⁶ KELLNER, Douglas. Media Culture, Social Theory, and Cultural Studies: 1996 symposium on Media Culture – A Response. (Tradução livre). Disponível em: <<http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/>> Acesso em: 20/09/09

3 A HISTÓRIA DA NOVA MÍDIA

Desde o desenvolvimento dos games para computadores, até o surgimento do gênero online, há muito que se falar sobre a origem dos games, a propósito de sua invenção, evolução técnica e da criação de uma indústria. Abranger a história dos games é também perceber a formação de uma *aesthetica* própria, como de um *pathos* que a integra aos jogadores, além de compreender seu papel na criação de representações e ícones de consumo que transpassaram gerações de jogadores.

Apresentam-se polêmicas acerca do registro de patentes do inventor do primeiro videogame ou do autor da ideia do *entretenimento interativo*²⁷. Além disso, notar a estreita relação dos games com os militares seria motivo suficiente de permanente vigília da sociedade. Entretanto, este tópico não planeja esgotar a temática da história dos videogames, muito menos desmerecer o papel de alguém específico para seu invento, desenvolvimento e difusão. Um pressuposto seria que de acordo com o período histórico e com o espírito de época vigente, pode-se valorizar um aspecto que era intrínseco nos primeiros games para computadores: a interação entre jogadores, opondo-se a interação reativa com a lógica da máquina.

Antes de tudo, deve-se atentar que a indústria dos games sempre foi determinada pelos avanços tecnológicos de seus dispositivos de suporte. Os dispositivos de suporte compreendem o hardware do game. Após o invento dos primeiros games para computadores, o passo seguinte seria o desenvolvimento de outras plataformas (além dos caros e inacessíveis computadores da época) – que determinaria uma futura indústria multimilionária e a vanguarda do entretenimento interativo. Mas, o segundo passo para a ampliação dessa indústria certamente foi criativo, reconhecendo-se o mérito dos designs de games, que ganhariam também notoriedade no mercado.

A princípio, torna-se clara a existência de segmentos na indústria dos games, correspondente, por assim dizer, às diversas “fatias de mercado”. Por tal razão, tratar da história dos “games” é antes de tudo palco de discussões terminológicas. Algumas pessoas, como também a imprensa especializada (revistas, sites), costumam classificar os games de acordo com seus dispositivos: game para computador, console caseiro, arcade, e hoje se fala em game online e *mobile game* (para celular, iphone). É importante lembrar, do mesmo modo,

²⁷ *Interactive entertainment* (entretenimento interativo) é uma das expressões que fazem alusão à indústria dos games.

que “videogame”, ou “videojogo” realça a interface visual. Logicamente chamá-los assim não é errado, é um meio audiovisual. Todavia, isto não seria dar ênfase novamente ao dispositivo e destacar a interface?

“Game” em inglês significa “jogo”, o que corresponderia a uma generalização que abrange tanto jogos como xadrez, esportes, ou cartas. Mas, no país, game se torna quase sinônimo de jogo eletrônico. Considerando a adaptabilidade da linguagem binária das máquinas a diversos dispositivos diferentes, o uso do termo “game digital”, ou “jogo digital”, seria muito apropriado em vista da ênfase que este termo dá ao software do game – e talvez essa seja uma tendência muito fortuita empregada por cursos de design de games no Brasil. Em suma, haverá ocasiões que o termo “videogame” representa toda a indústria, como também pode significar um dispositivo específico, já “game” geralmente seria empregado no sentido do software do “jogo”.

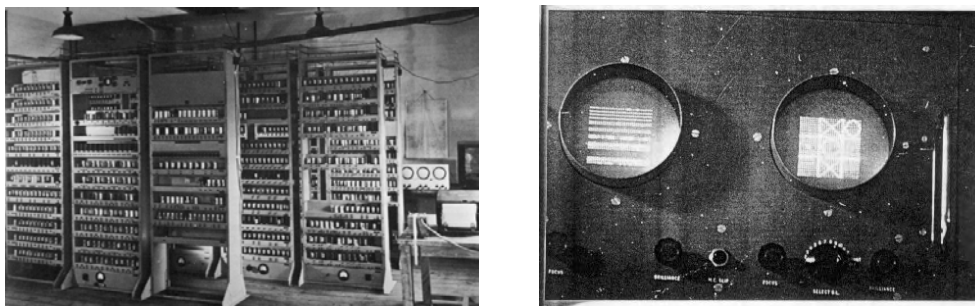
Invariavelmente, todo trabalho encontrado que aborda o tema da história dos games, possui uma perspectiva, ou ótica, que privilegia determinado fato ou ator, originando certas contradições ou discrepâncias dos acontecimentos. Como a cada momento se apresentam novos fatos, foi necessário fazer um recorte que correspondesse à necessidade determinada pelos objetivos deste estudo.

3.1 A ORIGEM E INDUSTRIALIZAÇÃO

O contexto histórico das primeiras experiências na programação de games foi o período pós-guerra, conhecido como Guerra Fria (1945-1991). A derrota dos países líderes das Potências do Eixo pelos Aliados (formados principalmente pelos Estados Unidos, União Soviética e Reino Unido), determinou a queda do regime nazista, o fim da ditadura fascista e os bombardeios de Hiroshima e Nagasaki. A origem de duas superpotências mundiais (EUA e URSS), e o desenvolvimento de armamentos de fissão nuclear ocasiona um medo global de uma possível guerra nuclear, que se arrastaria por mais de 45 anos.

No momento se sabe que o primeiro game para computador teria sido programado no colossal EDSAC (Electronic Delay Storage Automatic Calculator) e visualizado em um monitor CRT (Catodic Ray Tub) de 35x16 pixels, em 1952, por um professor inglês de Ciência da Computação da Universidade de Cambridge – Inglaterra. Alexander Shafto Douglas teria programado o game *OXO*, também conhecido por *Noughts and Crosses*, para

auxiliar a compreensão de sua tese (PhD) sobre a interação entre homem e computador. Assim, o primeiro game de computador seria uma versão eletrônica do “jogo da velha”.²⁸



Figuras 3 e 4 – O EDSAC e à direita o display CRT mostrando o *Noughts and Crosses* (1952)

Antes de Douglas e seu *Noughts and Crosses* (1952), a origem dos games seria atribuída às primeiras experiências em laboratórios militares feitos por William Higinbotham (1910-1994).²⁹ Higinbotham criaria, em 1958, seu *Tennis For Two*, para entreter os visitantes do BNL – *Brookhaven National Laboratory*, na ocasião uma instalação de pesquisa nuclear americana. O *Tennis for Two* compreendia a imagem de uma bola (um ponto luminescente) e de uma quadra de tênis (um “T” invertido dividindo a tela). Importante notar que não existia a representação imagética dos jogadores (ver Figura 5). O game envolvia os conceitos de gravidade e atrito do vento, servindo-se dos modernos, grandes e caros computadores analógicos do exército americano, do osciloscópio como monitor e de dois controles.

Higinbotham, no entanto, não teve a preocupação de patentear-lo – isto seria ótimo para a *Magnavox*. A experiência de Higinbotham foi interessante justamente pela sua simplicidade, por não procurar tirar proveito mercadológico do invento. “Era a expressão de uma certa energia rebelde-adolescente trabalhando em paralelo com os projetos militares. Era um

²⁸ Época Online, Negócios, *Da guerra fria à batalha dos consoles*, Edição 5, 04/07/2007 - 11:43, disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Epocanegocios/0,,EDG77957-8377,00.html>>

Pong History, disponível em: <<http://www.pong-story.com/1952.htm>> Acesso:16/09/09

²⁹ Infelizmente, Higinbotham não entrou para a história apenas como o inventor do primeiro game, muito menos como o criador do osciloscópio, mas como um dos principais físicos nucleares envolvidos no Projeto Manhattan, o que determinaria “formalmente” o fim da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), com o trágico bombardeamento de Hiroshima e Nagasaki. Após a Guerra, criou-se a FAS (*Federation of American Scientists*). Fundada em 1945, a associação tem Higinbotham como seu primeiro presidente e buscava a conscientização do uso da energia e armamento nuclear.

Federation Of American Scientists, disponível em: <http://www.fas.org/member/member_history.html> ;

Ciberia, disponível em: <<http://ciberia.aeiou.pt/?st=10372>> ;

WisegEEK, disponível em: <<http://www.wisegEEK.com/what-were-the-earliest-video-games.htm>> ; Wikipédia, disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Videogame>> ;

Wikipédia em inglês, disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/William_Higinbotham> . Acesso:16/09/09

equipamento muito caro na época, e foi transformado em um jogo.”, comenta Henry Jenkins (Diretor de estudos comparativos de mídia – MIT).³⁰

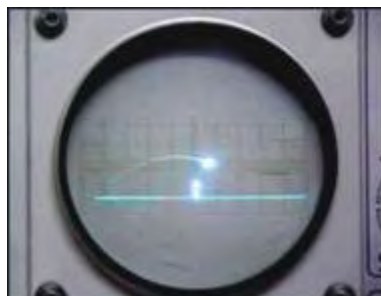


Figura 5 – *Tennis For Two* de Higinbotham, no monitor do osciloscópio, 1958.

Apesar de seu contexto histórico, estes dois primeiros games foram baseados em jogos tradicionais, a despeito de seu sucessor que iria representar o momento de tensão que a sociedade americana estaria passando. A Guerra Fria motivaria uma “corrida espacial” (amplamente noticiada pela imprensa da época), o que influenciaria os pesquisadores da MIT, Steven Russell, Shag Graetz e Alan Kotok, a criarem o conceito do game *Spacewar*, em 1961. Programado em um computador de 120.000 dólares (o PDP-1), o jogo consistia em duas naves controladas por jogadores que deveriam atingir a nave adversária, sem serem destruídas pelo sol, que atraía constantemente as naves por um campo gravitacional, no centro da tela.³¹



Figura 6 – Russell, Graetz e Kotok, criadores do *Spacewar* e a máquina PDP-1.

Enquanto *Tennis For Two* e *Spacewar* seriam responsáveis pela origem dos primeiros espaços digitais (ambientes virtuais) para que dois jogadores interagissem em uma disputa, *Noughts and Crosses* iria abranger a interação contra a lógica da máquina. Será que, desta forma, poderíamos compreender que o fenômeno da interação entre jogadores em ambientes

³⁰ Henry Jenkins (MIT), no documentário *A Era do Videogame* (Episódio I. O Polegar).

³¹ Computer History Museum, disponível em: <<http://www.computerhistory.org/timeline/?year=1962>> ; Matt Hastie, disponível em: <<http://mhastie.wordpress.com/2007/11/26/history-of-video-games-1958-1975/>> ; Game Console Evolution, disponível em <<http://www.gamingdump.com/consoleevolution.html>> Acesso:16/09/09.

virtuais criados por games existe desde os primórdios dos primeiros games para computadores?

Em seu site pessoal, www.ralphbaer.com, Ralph Baer descreve como começou a indústria dos videogames caseiros. Em 1966, o então gerente de design da divisão de equipamento da Sanders Associates Inc. (empresa americana de desenvolvimento de sistemas eletrônicos, entre outros, para uso militar e comercial), Baer teve a ideia de criar uma televisão interativa que a diferenciase das demais concorrentes. Mas, a ideia não parecia admissível para a gerência da Sanders na época. “Mesmo pensar em videogames tinha absolutamente nada a ver com meu negócio normal de desenvolvimento de complexos sistemas eletrônicos militares na minha divisão na Sanders Associates”, diz Baer.³²

Dois anos após a concepção da ideia, com auxílio dos engenheiros Bill Harrison e Bill Rusch, ele construiria seu *Brown Box*, em 1968. O console adaptado a televisores possibilitou selecionar entre uma variedade de games de labirinto, quiz-games e esportes, e a adição de um rifle-de-luz para games de tiro ao alvo.³³



Figura 7 – O Brown Box e o rifle de tiro ao alvo de Baer, 1968.

Após patentear sua invenção, Baer apresentou seu aparelho a diversas empresas do mercado de televisores, até que em 1971 a Magnavox licenciou o produto. Assim, em 1972, o *Magnavox Odyssey*, foi o primeiro console de videogame lançado comercialmente em larga escala. Baer diz que esse foi o início do mercado de games caseiros para televisores (os consoles caseiros, como passaram a ser conhecidos). O resto da história relatada por Baer é cheia de processos legais e acordos na justiça pela patente de seus produtos, principalmente contra a empresa que tomaria a frente da indústria dos arcades.

³² Tradução do pesquisador, do original: “Even thinking about Video Games had absolutely nothing to do with the normal business of developing complex military electronic systems in my Division at Sanders Associates.”

³³ Genesis: How the Home Video Games Industry Began by Ralph Baer, disponível em: <http://www.ralphbaer.com/how_video_games.htm> Acesso:16/09/09

Enquanto Ralph Baer tem a patente de inventor do primeiro videogame, alguns consideram Nolan Bushnell o verdadeiro responsável pelo desenvolvimento da indústria dos videogames. Em 1970, Bushnell cria o primeiro game comercial, chamado *Computer Space*, baseado no game *Spacewar*, só que para a plataforma arcade. Mas, o game seria demasiadamente complicado e pesado para a produção em massa. No ano seguinte, Bushnell estrearia seu arcade *Pong*, criado pelo programador Al Alcorn, em apenas três dias e com som. *Pong* seria testado nos bares de Grass Valley e Sunnyvale, na Califórnia. Em uma tarde de 1971, as máquinas teriam se quebrado ao terem sido utilizadas em demasia e abarrotadas de moedas.³⁴

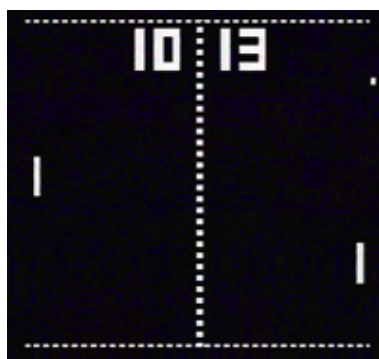


Figura 8 – Pong, da Atari, 1971

Bushnell e Ted Dabney fundariam juntos a Atari, em 27 de Junho de 1972. Entre os jogos produzidos estaria o clássico *Asteroids* (1979). Em 1975, Bushnell entra em acordo com a *Sears* (empresa americana que se tornaria uma cadeia internacional de lojas de departamentos), para comercializarem uma versão caseira de *Pong*. “Pela primeira vez os televisores em casa se tornaram interativos”, aclama o Programa Lemelson-MIT, que notabiliza os grandes inventores e seus feitos.

Todavia, diz Baer que Bushnell teria experimentado o game *Ping-Pong* para o *Odyssey*, em uma amostra da Magnavox, em maio de 1972. Há de se reconhecer, no entanto, o empreendedorismo de Bushnell, e o notável papel que a Atari teve, a princípio, na difusão dos videogames como um entretenimento globalizado. Bushnell que iniciou a Atari, em 1972, com apenas 500 dólares, a venderia a *Time Warner*, em 1976, por 28 milhões.

Na atualidade, a despeito de qual seria o verdadeiro inventor da indústria dos videogames, ambos, Baer e Bushnell, são respeitáveis representantes do início de uma nova

³⁴ O site *Lemelson Program* do conceituado MIT (*Massachusetts Institute of Technology*), afirma que: “Nolan Bushnell, inventor do Pong e fundador da Atari, é justamente considerado o pai dos jogos eletrônicos” (tradução do autor). Inventor of the Week Archive, disponível em: <<http://web.mit.edu/invent/iow/bushnell.html>> Acesso:16/09/09

era do entretenimento. A Folha Online anuncia em 2006 que o museu de Nova York abriria uma amostra permanente de videogames, lá estaria uma amostra do *Brown Box* de Baer, junto com a primeira “máquina de diversão”, o *Computer Space*, de Bushnell.³⁵

3.2 PEQUENA DIGRESSÃO HISTÓRICA: A GÊNESE DA INTERNET

Enquanto Baer³⁶ afirma que o desenvolvimento da indústria dos videogames sempre esteve determinada pela evolução dos semicondutores e microprocessadores, acredita-se que o aparecimento do gênero MMO nunca seria possível sem a invenção e ampliação das redes de telecomunicações informatizadas. Assim é preciso se fazer referência ao início da Internet e sua relação com os games.

As primeiras redes de informações globalizadas, precursoras da Internet, surgem com a norte-americana ARPANET (1969). Um evento na Guerra Fria seria o estopim para o desenvolvimento da ARPANET. Teve início com o lançamento do satélite Sputnik, em quatro de outubro de 1957, confirmando a dianteira dos soviéticos na corrida espacial. Em contrapartida o então presidente Eisenhower baixaria um decreto que cria a *Advanced Research and Projects Agency* (ARPA).

Os trabalhos de Paul Baran, então pesquisador da Rand Corporation (organização sem fins lucrativos, mantida com fundos do governo), seriam de grande influência para a origem da ARPANET. Engenheiro formado na Universidade da Califórnia em Los Angeles (UCLA), Baran apresentava extraordinárias soluções, como a Comutação de Pacotes (Packet Switching) de redes de comunicação e de Redes Distribuídas (Distributed Networks), uma arquitetura em rede sem centro de controle que sobreviveria a um ataque nuclear (ver Figura 9). Se qualquer ponto da rede caísse não seria responsável pela quebra de todas as conexões.

Em 1969, era criada na UCLA a primeira rede de computadores a funcionar por meio da comutação de pacotes e com uma arquitetura que a tornaria praticamente invulnerável a censuras e controles, a ARPANET (denominada de acordo com sua principal patrocinadora a ARPA). Outras redes surgiram na mesma época, mas utilizavam a mesma estrutura da

³⁵ Folha Online, *Museu de NY abre mostra permanente de videogames*, 25/04/2006 - 12h31, disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u59877.shtml>> Acesso:16/09/09

³⁶ Folha Online, *Inventor do videogame projeta novos brinquedos*, 22/03/2008 - 10h47, disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u384674.shtml>> Acesso:16/09/09

ARPANET, que logo ficou conhecida por INTERNET. Até aquele momento a INTERNET ainda era mantida pela iniciativa do governo.³⁷



Figura 9 – Centralizada, Descentralizada e Distribuída (Baran)

A empreiteira militar, *Bolt, Beranek and Newman* (BBN), registraria em 1963 a patente do primeiro *modem*. Ele seria um dispositivo barato responsável pela comunicação entre computadores remotos, por meio da conversão de sinais analógicos em digitais. “É importante destacar que essa tecnologia ainda levaria alguns anos para difundir-se, mas muitos já estavam interessados em buscar suas aplicações, tal como os jogos o fizeram.” (MARQUES; CEONI, 2007, p.7)

Em 1969, o sistema operacional UNIX seria criado por Ken Thompson, programador do Bell Labs, em um computador PDP-7, e distribuído comercialmente pela empresa AT&T na década seguinte, a custo de distribuição. Segundo Castells (2000, p. 376), a criação deste software e posterior implementação dos protocolos de controle de transmissão e interconexão (TCP/IP), resolveriam o problema da capacidade de transmissão, um impedimento na época para a criação da rede mundial de telecomunicações informacionais. O UNIX “está para se tornar o padrão dourado do hacking e da Internet, o sistema operacional com o poder de fazer milagres” (Revista Hacker.BR, Nº00 - Dez/2004, p.14).

A década de 1960 seria um período de grandes protestos antibélicos nos Estados Unidos, período em que se originariam várias formas de contracultura. Um delas especificamente teria um papel significativo para a Internet: os *hackers*. O estudante Ward Chistensen criaria o protocolo *Xmodem* ao precisar enviar arquivos de forma rápida para seu amigo Randy Suess, em meio a uma tempestade, em 1978, na cidade de Chicago, Illinois. O novo protocolo permitiria a transferência direta de arquivos entre computadores, sendo distribuído

³⁷ Ver Castells (2000, p. 376).

Paul Baran Invents Packet Switching, disponível em: <http://www.livinginternet.com/i/ii_rand.htm>
Biografia, Paul Baran, disponível em: <http://www.ieee.org/web/aboutus/history_center/biography/baran.html> ;
Internet Pioners, disponível em: <<http://www.ibiblio.org/pioneers/baran.html>> Acesso:16/09/09

gratuitamente por Christensen. Experiência que como consequência criaria os primeiros BBS (Bulletin Board System) não institucional:

Em 1978, Ward Christenson e Randy Suess criam o primeiro BBS pessoal. Logo, ligados por nada além da rede telefônica de longa distância e por estas BBSs, os hackers criam um novo e privado ciberespaço. O “phreaking” torna-se mais importante do que nunca para conectar BBSs distantes. Também em 1978, as redes The Source e CompuServe começaram a buscar usuários domésticos. “Naked Lady” rodava “exuberante” na CompuServe. O primeiro cibercafé, Planet Earth (Planeta Terra), abre em Washington. As redes X.25 imperam. (Hacker.BR, N°00 - Dez/2004, p. 15)

O primeiro BBS foi idealizado por Bob Albreccht, como um banco de dados, criado em 1972 pela revista radical People Computer Company. O aparecimento dos primeiros BBS determinaria o início das primeiras formas de comunidades virtuais. O “novo ciberespaço” corresponderia ao surgimento das redes de computadores que não faziam parte da APARNET. Desde então, o espírito *hacker* seria inseparável da Internet, suas principais virtudes seriam o compartilhamento e a não comercialização da informação.³⁸

Nos anos que se seguiram o FBI faria inúmeras perseguições a *hackers* e prisões, com apreensões de arquivos e PCs. Hoje, a Internet é palco de discussões acerca da quebra de direitos autorais e de crimes cibernéticos. Neste panorama se pode perceber como a internet sempre foi conflitante entre estas duas forças que foram responsáveis na verdade pela sua origem: a contravenção e o controle.

3.3 PERSONAGENS E NARRATIVAS INTERATIVAS: DO MUD À REVITALIZAÇÃO DA INDÚSTRIA

Ainda na década de 1970, o espeleólogo e programador, Will Crowther, então na BBN, criaria o game *Colossal Cave Adventure* (conhecido como *Advent*, *Colossal Cave*, ou apenas *Adventure*) e o lançaria na ARPANET, em 1975. Programado na linguagem FORTRAN no computador PDP-10, era um game textual. Para Marques e Ceoni (2007, p.7), este é tido como o primeiro game no estilo adventure-RPG e precursor dos RPGs eletrônicos. O game teria uma versão aperfeiçoada feita por Don Woods, que adicionaria elementos de fantasia em 1976. O game foi importante para a época sendo uma influente para seus sucessores.

³⁸ Ver Lemos (2004a, pp.108 e 148).

O advento do BBS iria originar um precursor do game online, o MUD. Ele seria um game semelhante ao RPG, ambientado em maior parte nos cenários de fantasia dos clássicos do gênero. O MUD era um game textual e o principal seria o jogo de interpretação de papéis entre os participantes/jogadores. O primeiro MUD seria inventado por Roy Trubshaw e Ricard Bartle na Universidade de Essex na Inglaterra. Enquanto Marques e Ceoni (2007, p.8) dizem que foi em 1979, Lemos (2004a, p.150) data a criação desse primeiro MUD em 1980. O MUD seria do mesmo modo uma das primeiras formas de comunidades virtuais.

Nos anos 1980, aparecem os primeiros jogos massivos para múltiplos jogadores (ou MMOGs – *multi mass online games*). Lemos (2002) diz que a experiência *Habitat*, lançado pela LucasFilm, em 1986 (beta), foi o primeiro mundo virtual interativo compartilhado, vivido por avatares, onde os jogadores eram conectados em rede telefônica. A conversação era em chats que apareciam em cima dos avatares, em forma de balões de história em quadrinhos (ver Figura 10).



Figura 10 – Habitat (1986) da LucasFilm

Entretanto, o *Colossal Cave Adventure*, e seu legado, até início dos anos 1980, como *Dunjonquest: Temple of Apshai* da *Automated Simulations* e *Alkalabeth*, de Richard Garriott, não seriam ainda reconhecidos como do gênero RPG, tendo em vista que o foco do mercado na época seria outro. Mesmo que *Alkalabeth*, escrito em *Basic* já explorasse a visão em primeira pessoa em gráficos 3D, estes primitivos RPGs eletrônicos eram demasiadamente complicados e difíceis de jogar, segundo Marques e Ceoni (2007, p.10).

Enquanto a década anterior seria a gênese da indústria, os anos 1980 seriam o período de formação dos principais ícones imagéticos dos videogames. Nesta década aparecem os primeiros personagens como também as primeiras narrativas interativas de forma eficiente.

Na década de 1970, parecia que a indústria dos videogames estaria experimentando uma crise criativa, que repercutia na tendência de produzir jogos para computadores.

Até o início dos anos 1980, a maioria da produção e distribuição de games seria de domínio norte-americano, enquanto algumas empresas japonesas começariam a ganhar espaço no mercado. Os arcades eram geralmente dos gêneros de guerra espaciais, como *Defender* (1980) da Williams Eletronics, *Asteroids* (1979) da Atari e *Space Invaders* (1978) da Taito Corporation – esta última já uma empresa japonesa. Encontravam-se também variados emuladores do game *Pong* (1971). Entretanto, um game produzido no Japão mudaria esse marasmo e ao mesmo tempo se tornaria um ícone da cultura POP mundial.

Toru Iwatani, então com apenas 22 anos, ingressou na empresa japonesa Namco, em 1977, e ocupava-se da produção de games para arcades.³⁹ O resultado foi a criação do game *Pukkuman* (ou *Puck-Man*), lançado em 22 de maio de 1980 no Japão. Rebatizado de *Pac-Man*, com intenção de evitar trocadilhos na língua inglesa (o -p por -f), foi distribuído nos Estados Unidos pela Midway. Em 1981, a Midway lançaria, sem o aval da Namco, o game *Ms. Pac-Man*, mas acabaria cedendo os direitos a Namco – esta talvez devesse ser considerada a primeira personagem feminina dos games. É lançado um ano depois a sequência *Super Pac-Man*, pela Namco. O game ficaria conhecido no Brasil pelo nome de “come-come”.

Na época, Iwatani procurava um conceito novo, um game que não fosse violento e ainda de quebra atraísse o público feminino. Supostamente durante um almoço, comendo uma fatia de pizza, ele teria a ideia do personagem *Pukkuman*. Hoje, Iwatani arrisca dizer que a chave para o sucesso de *Pac-Man* seria a simplicidade.⁴⁰ Ele admite ainda que se nada houvesse mudado por conta do sucesso do game, apesar de ter sido um fenômeno global, ele seria apenas um empregado da *Namco*.⁴¹ Fica claro que as empresas na época não costumavam dar crédito aos criadores. Há autores que falam sobre como até os anos 1980 os games não tinham personagens. “Toru Iwatami introduziu, por assim dizer, a ideia de que o sucesso dos videojogos poderia ser ampliado com o protagonista” (GOLZIO; MENDES, 2008, p. 175). Desta forma, *Pac-Man* seria um marco na indústria dos arcades.

Também contrariando a tendência da época, a empresa japonesa Nintendo faria de seu primeiro sucesso, um encanador corpulento e bigodudo, ser tão famoso quanto qualquer

³⁹ Duas curiosidades: Iwatani nasceu no mesmo ano de fundação da Namco, 1955, e a empresa *Namco* anos depois também começaria a produzir games para o *Famicom* da *Nintendo*.

⁴⁰ VH1, *Exclusive: Pac-Man Creator Speaks!*, June 06, 2007, disponível em:

<http://vh1.blogs.com/vh1_games//2007/06/exclusive_pacma.html> Acesso:16/09/09

⁴¹ Retrogames, disponível em: <<http://www.geocities.com/SiliconValley/Heights/5874/iwatani.htm>> Acesso:16/09/09

personagem da Disney. Uma tradicional empresa nipônica, fundada em 23 de setembro de 1889, então criadora de brinquedos e jogos de cartas, entrou no mercado dos videogames distribuindo o *Magnavox Odyssey* no Japão, em 1974. A Nintendo entraria na indústria dos arcades, em 1975 e dois anos depois começaria a produzir seus próprios consoles caseiros, como o *Color TV Game*. O *Family Computer* da Nintendo (console que ficou conhecido por *Famicom*) é lançado no Japão, em 1983, A versão lançada nos Estados Unidos e no Brasil se chamaria NES – *Nintendo Entertainment System* (apelidado de nintendinho). Este seria um dos grandes trunfos que salvaria a indústria da crise de 1983.⁴²

Até então, os games eram muito pobres em conceito e design, concebendo simples quadradinhos como representando personagens. O game *Donkey Kong* (1981), de Miyamoto, adaptando a estética dos animes e mangas, lançou Mario, o primeiro personagem de “carne e osso” dos videogames. A Nintendo daria a oportunidade não a um programador, mas a um de seus designs, o artista Chigeru Miyamoto, que estaria interessado em contar a “historinha” sobre um bombeiro que queria salvar sua namorada de um enorme gorila, explicitamente baseado no sucesso do filme *King Kong* (1933, 1976, 2005).

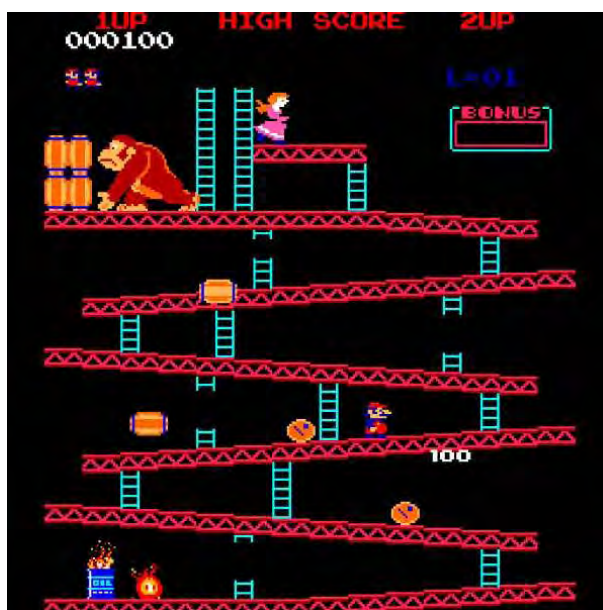


Figura 11 – Donkey Konk, Myiamoto, 1981

⁴² Nintendo, *Company History*, disponível em: <<http://www.nintendo.com/corp/history.jsp>> ; Wikipédia em Inglês, Crise na Indústria dos Videogames de 1983, disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/North_American_video_game_crash_of_1983> Acesso:16/09/09

As adaptações que seguiram o sucesso foram ainda mais instigantes para a época. Criando o game *Mario Bros* (1983), Miyamoto concebeu além de um irmão para seu herói outros personagens secundários. O objetivo do game evoluiria, agora era salvar a princesa, passando por fases e desafios cada vez mais excitantes. Miyamoto Chigeru e Toru Iwatani envolvendo a narrativa de histórias e personagens nos games foram capazes de ressuscitar uma indústria em declínio.

Richard Garrett retornaria um ano depois de produzir *Alkalabeth* (1980), apresentando o primeiro da série *Ultima* de RPGs para computadores. Lançado em 1981, *Ultima I: The First Age of Darkness*. “Esse jogo facilitou a consolidação do gênero, na ocasião nomeado de RPG, e adicionou uma nova característica aos jogos anteriores: a existência de uma trama”, escreveram Marques e Ceoni (2007, p.10). O game trouxe uma novidade: as múltiplas narrativas para os RPG eletrônicos. O jogador participava do rumo que a história tomaria, e até mesmo descobrindo novas possibilidades.

“Ultima III apresentava várias diferenças com relação aos seus antecessores, mantinha a crescente complexidade de plot enquanto, paralelamente, o sistema de combates era mais elaborado e o jogador controlava todo um grupo de personagens ao invés de apenas um avatar.” (MARQUES e CEONI, 2007, p.11). As autoras apontam que Ultima teria grande importância na história dos RPGs para computadores, apresentando inovações nas formas de narrativa e na própria jogabilidade.

A empresa de brinquedos norte-americana, Mattel, fundada em 1945, também participou do boom dos videogames, lançando seu console *Intellivision* oficialmente em 1980. O console era inovador (ao acoplar um teclado se tornaria também um computador). Outra curiosidade seria a disponibilidade de um serviço para baixar games via TV a cabo (1981-1983). Licenciada pela TSR, a APh Technology Consultants produziria para a Mattel, em 1983, o game *Advanced Dungeons & Dragons: Treasure of Tarmin*. O game teria sido escrito por Tom Loughry, em 1981, e era baseado no RPG clássico da TRS, o AD&D, lançado em 1977. O jogador possuía visão em primeira pessoa e explorava labirintos para vencer o Minotauro.⁴³

Em 1982, dois sucessos de bilheteria de Steven Spielberg seriam conceito de games da Atari, ambos criados pelo design Howard Scott Warshaw. Enquanto *Raiders of the Lost Ark* teria uma boa receptividade, E.T. seria aclamado pela crítica como um dos piores games jamais vistos e as vendas representariam um enorme prejuízo para a Atari. Existe um mito

⁴³ Intellivision, disponível em: <<http://www.intellivisionlives.com/bluesky/games/credits/1983c.html#tarmin>> Acesso:16/09/09

criado na época acerca do “enterro” de milhares de cópias do game E.T. em uma lixeira em El Paso no México. A Atari teria assentado concreto em cima do despejo.⁴⁴



Figura 12 – Dragon's Lair, 1983

Outro grande avanço na indústria dos games, a Advanced Microcomputer Systems, utilizando-se da tecnologia laserdisc, lança o arcade *Dragon's Lair*, em 1983, o primeiro FMV game (Full Motion Vídeo game). Pode-se considerar o *Dragon's Lair* como um híbrido entre game e desenho animado, mas apesar do furor no início, era criticado pela pouca interatividade. Se seria pouco relevante na ocasião, o gênero se tornaria influente ao introduzir o conceito de sequências fílmicas aos games.



Figura 13 – King's Quest, de Williams, 1984

A empresa californiana Sierra, fundada em 1979 por Ken Williams e Roberta Williams, investe nos games para computadores. O game *King Quest* (1984), de Roberta Williams, narra as aventuras de um cavaleiro a serviço do rei. O game, que era executado em DOS,

⁴⁴ Wikipédia em Inglês, disponível em <http://en.wikipedia.org/wiki/Atari_video_game_burial> Acesso:16/09/09.

foi o primeiro a utilizar o monitor EGA de 16 cores, sendo limitado em gráficos e sons, mas constituía um mundo tridimensional. A ação deu lugar à investigação e raciocínio para resolver enigmas, por meio de comandos digitados no teclado. *King's Quest* foi o primeiro sucesso da *Sierra Entertainment* (conhecida anteriormente por *Sierra Online*) e teve oito continuações. A empresa tornou-se internacional e, na atualidade, é uma das maiores produtoras do mercado de games.

Apesar de a narrativa trazer o desdobramento da história, os personagens nos videogames não evoluíam na história, eram os mesmos do começo ao fim do game, paradigma que Miyamoto iria romper, com sua nova criação, o game *The Legend of Zelda* (*Zeruda no Densetsu*, 1986).⁴⁵ Baseado na própria infância de Miyamoto, o personagem Link precisaria explorar cavernas e passar por várias fases. O game combinava ação, aventura e resolução de enigmas, com uma história emotiva, tom expresso também pela sua musicalidade. O personagem ganharia experiência no decorrer do game como também iria adquirir armas e equipamentos mais fortes. *Zelda* foi o primeiro game de mais uma série de sucesso de Miyamoto, que, conseqüentemente, se tornaria, ele próprio, um ícone da indústria dos videogames, no Japão e no mundo.

Will Wright produziria *Sim City*, em 1985. Mas o game só seria lançado quatro anos depois pela falta de confiança das empresas. É o primeiro de uma série de games de simulação para computadores. O *Sim City* teria sido fruto das ferramentas que Wright haveria criado para fazer seu game anterior, o *Raid on Bungeling Bay*. Ele introduziu os conceitos de simulação e gerenciamento ao universo dos games. *Sim City* abriu espaço para os games do estilo God hand (em que o jogador brinca de Deus), como o também pioneiro *Populous* (1989) de Peter Molyneux.

Em 1986, a Squaresoft (hoje conhecida por Square Enix) lança o RPG eletrônico *Dragon Quest* para o console NES. Mas seria *Final Fantasy*, criado por Hironobu Sakaguchi, em 1987, que salvaria a empresa Squaresoft da falência. *Final Fantasy* certamente estaria no rol dos clássicos da indústria dos videogames. Originalmente lançado para o NES teve inúmeras adaptações para outros consoles (inclusive na atualidade para o *Playstation*, *Wii* e *Xbox*), além de adaptações para outros gêneros, como um MMORPG. Torna-se uma expressão tão grande na indústria que receberia adaptações para outras mídias, como mangás, uma série anime *Final Fantasy: Unlimited* (2001-2002) e um filme *Final Fantasy: The Spirits Within* (2001).

⁴⁵ *Zelda Universe*, *The oficial site of The Legend Of Zelda Series*, disponível em: <<http://zelda.com/universe/game/zelda/index.jsp>> Acesso:16/09/09

Tetris é produzido pelos russos Vadim Gerasimov, Alexey Pajitnov e Dmitry Pavlovsky, para o MS DOS, em 1984. Chega aos Estados Unidos em 1986. Um desafio intelectual, não violento, torna-se outro grande clássico dos games. É adaptado para vários consoles e tem um grande número de versões. Mas, o game foi motivo de inúmeras disputas judiciais pela licença de uso. Os autores não teriam a autoria reconhecida uma vez que na antiga União Soviética não existia o conceito de negócios privados muito menos direito a propriedade intelectual.⁴⁶

Este período da história dos videogames deve as inúmeras invenções criativas à revitalização da indústria, da concepção das narrativas e personagens aos novos gêneros de games (MUD, CRPG, RPG eletrônicos, aventura, simulação, entre outros), e do mesmo modo é notório a presença nipônica para que ocorra o processo. Surge uma quantidade considerável de RPGs eletrônicos e CRPGs. Há entre eles a distinção de dois estilos: o oriental que se utilizava de gráficos 2D como em *Zelda* e o ocidental que seguiria o modo 3D de *Akalabeth*.⁴⁷

Destacam-se também as primeiras adaptações de sucessos do cinema para os games, mas o processo não determinaria a aceitação do produto de qualidade duvidosa. O aparecimento da internet e o barateamento dos computadores seriam responsáveis pela origem do gênero online e do modo *multiplayer* massivo. A criação dos jogos em rede (games online) é o marco para a difusão de uma nova forma de experiência de interação e entretenimento mediada por dispositivos informacionais.

3.4 VELOCIDADE E CONEXÃO: O INÍCIO DA INDÚSTRIA DOS GAMES ONLINE

Talvez devido à absorção da estética dos videoclips dos anos 1980, um game do início desta década seria inovador pela velocidade das imagens. Mesmo que em games de corrida anteriores se admita a sensação de velocidade, nesta nova geração de games há o frenesi das imagens em movimento hiper-acelerado. Não são imagens feitas para serem acompanhadas pelo olhar, elas devem criar antes de tudo uma experiência alucinante. É igualmente importante o lançamento dos consoles híbridos que se utilizam da tecnologia de CD-ROM. A imagem dos games ganha qualidade de filme e efeitos, como zoom e rotação de sprites.

⁴⁶ A História de Tetris por Vadim Gerasimov, disponível em:

<<http://www.joguinhosantigos.com/2008/02/histria-de-tetris-por-vadim-gerasimov.html>> Acesso:30/12/09

⁴⁷ Ver Marques e Ceoni (2007, p.13).

Em 1991, *Sonic The Hedgehog*, criado pelo design Yuji Naka, produzido pela SEGA, é um game no estilo plataforma extremamente cativante pelo ritmo frenético com que o personagem passa correndo pelos cenários. Sonic dispara acelerando pondo a prova a capacidade dos jogadores acompanharem o que se passa na tela, visto que, nem mesmo a própria tela, em meio a efeitos de câmera, consegue acompanhar o personagem. Sonic se tornaria outro grande ícone da indústria dos videogames.

Ecco The Dolphin é um game de ação e aventura lançado em 1992, para o console *Mega Drive* (SEGA). Criado pelo designer Ed Annunziata, Ecco vendeu tantas cópias quanto seu antecessor Sonic. Seguia um conceito ecológico e o personagem principal seria um golfinho. O jogador poderia movimentar-lo livremente na água, inclusive o ataque consistia em nadar rápido e colidir com o inimigo. Seria necessário subir à superfície ocasionalmente para respirar. Ecco utilizaria seu sonar para conversar com outros personagens do game, mas também como sonar. Um game considerado difícil, mas bonito, mesmo que em dado momento tenha um tom sombrio.



Figura 14 – Violência, atrizes de verdade e sensualidade em *Night Trip*, 1982

A SEGA ainda adaptaria, neste período, vários sucessos dos arcades para o Mega drive, como seu clássico *After Burner* de 1987. Mas o lançamento de mídias em CD-ROM seria fundamental para dar nova perspectiva ao visual dos games. O SEGA CD era um dispositivo multimídia em CD acoplado ao Mega Drive e seria lançado em 1982. *Night Trap* seria um game que iria ser um expoente no gênero FMV game. A produção para este estilo de game era cara, necessitava de atores e novamente houve críticas pela falta de interatividade em detrimento das sequências fílmicas. Outro game que se tornaria um clássico é lançado no mesmo ano para arcade, pela Midway, o *Mortal Kombat*. Entretanto, a violência do *Mortal Kombat* e a sensualidade de *Night Trap* motivariam debates no senado americano. Resulta em

repreensão social à indústria e adoção de tarjas de censura. Esta “investigação” dos efeitos dos games era o início da perseguição à gamecultura.⁴⁸

A Blizzard Entertainment, fundada em 1991, lança seu primeiro game para computador de estratégia em tempo real, o *Warcraft: Orcs and Humans*, em 1994. O game de fantasia é um híbrido de ação, estratégia e simulação. O jogador poderia escolher entre duas raças (orcs ou humanos), construir cidades e fortificações, controlar vários personagens ao mesmo tempo, apesar deles terem determinada autonomia, optando pelo sistema de campanhas no modo singleplayer ou multiplayer. Além de dar início a uma série, a Blizzard produziria um game de ficção científica no mesmo estilo de *World of Warcraft*, em 1998, chamado *StarCraft*.

A Sony fabrica seu console *Playstation*, em 1994. O console apresentava um processador gráfico avançado para a indústria da época. Os games para o Playstation seriam produzidos em 3D, como *Resident Evil* (1996) e *Final Fantasy* (1997). *Resident Evil* era o início de uma série de games de terror inspirados nos filmes de zumbi de George Romero, que seria ainda motivo de três adaptações para o cinema (2002, 2004, 2007) e um longa de animação digital (2008). Em 1996, a Sony lança uma inovação: um controle para o *Playstation* que transmite vibrações de acordo com o contexto do game.

Diablo, lançado pela Blizzard Entertainment, em 1996, aparentemente seria mais um CRPG. Contudo, além da narrativa original, no modo singleplayer, até quatro jogadores poderiam participar de um mesmo jogo, no modo multiplayer, via TCP/IP e/ou Battle.net (serviço fornecido pela Blizzard). O barateamento do suporte material (computadores pessoais e a conexão em banda larga) para este gênero de game consolida uma nova era de divertimento em rede.

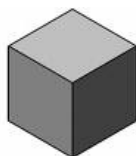


Figura 15 – Perspectiva isométrica de um objeto

Ultima Online de Richard Garriott, lançado em 30 de setembro de 1997, pode ser considerado o primeiro MMORPG comercial. Ele programou um mundo virtual persistente para a interação de milhares de jogadores imersivos. O game é bastante flexível na constituição de personagens, com uma variedade de habilidades e atributos. O jogador tem

⁴⁸ Wikipédia, A história dos videogames, disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B3ria_dos_videogames> Acesso:16/09/09

uma perspectiva isométrica (um ângulo similar à visão de um jogador de xadrez, ver Figura 15) e telecêntrica (poderia chamá-la também de perspectiva antropocêntrica, porque o avatar está no centro da ação, da tela, do mundo).

Da mesma forma que *Diablo* e *World of Warcraft* o mouse é utilizado para movimentação, e certas ações também seriam através do teclado. Este mundo virtual seria objeto dos primeiros estudos acerca dos mercados virtuais e das interações sociais dentro de games desta categoria. Até hoje os servidores de *Ultima Online* estão em funcionamento, mas seu acesso é consideravelmente caro.⁴⁹

3.5 A LIDERANÇA DO MERCADO DE ENTRETENIMENTO GLOBAL

Os anos pós 1997 seriam distintos pela aceleração do processo de convergência midiática e na adaptação a novos esquemas de mercado online. Com o advento de *Diablo* e *Ultima Online* a indústria percebeu que os games poderiam render não só como produtos, mas na prestação de serviços. As mantenedoras dos mundos virtuais iriam descobrir também novos esquemas de captação de renda por meio da liberação das mensalidades nos servidores e venda de outras vantagens, embora isto tenha grande impacto na economia de mercado dos jogadores imersivos.

Ragnarök Online seria lançado na Coreia em 31 de agosto de 2002, pela Gravity Corporation. O servidor brasileiro é lançado em beta no final de 2004 pela Level Up! Entertainment. A princípio o MMORPG foi baseado no quadrinho coreano (manwha) homônimo de Lee Myung-Jin. Entretanto, na medida em que seriam atualizados novos episódios, o game começaria a representar outras culturalidades além da oriental. O gráfico é simples e baseado nos animes e mangás (manwha). O mundo de *Ragnarök Online* é tridimensional, apesar dos avatares e maioria dos monstros terem gráficos 2D. O jogo de câmera permite variações interessantes, mas a visão isométrica demonstra-se como a mais eficiente na jogabilidade.

Lançado em 2003 pela Lindem Lab, o Second Life seria até mesmo difícil de ser rotulado como game. É um híbrido de simulador, rede social e mercado virtual. Conteúdo extremamente interativo. Ele permite a criação de vários objetos digitais que podem até ser

⁴⁹ Ultima Online, disponível em <<http://www.uoherald.com/news/>> Acesso 15/09/09

comercializados. Além de entretenimento, muitas outras utilidades foram descobertas para seu “metaverso” (o mundo virtual de Second Life). Universidades no mundo inteiro se aventuram em seu uso como ferramentas/ambientes educacionais. Empresas entram de fato na era digital por meio de campanhas e espaços patrocinados por suas marcas. Pessoas normais começam a fazer dinheiro real com o *Second Life*. O usuário fica conhecido como “residente”.

A Kaizen Games junto aos IG, em 23 de abril de 2007, seria a representante brasileira do Second Life. Entretanto, o anúncio de sua retirada do projeto em 2009, acarretou especulações sobre o fim do Second Life Brasil. A este propósito, a revista PC WORLD⁵⁰ diz que seria apenas uma reestruturação na comunidade brasileira, sendo que outra empresa seria licenciada.

Em 23 de novembro de 2004, a Blizzard lançaria o MMORPG de maior sucesso do mercado, o *World Of Warcraft*. O game teve grande aceitação no mercado mundial. Games desta categoria começariam a ser estudados amplamente, sendo laboratórios para pesquisas variadas.⁵¹

Para concluir, segue abaixo uma tabela com as sete gerações de consoles caseiros, desde o *Magnavox Odyssey* até consoles da atualidade. Ressaltamos, desta forma, o quanto se produziu para um segmento específico do mercado dos games.

Hoje, um console de última geração permite navegar na internet e gravar DVDs. Pode-se pensar como uma tendência futura, o ingresso de vez dos consoles no nicho de mercado dos computadores, na proporção em que a convergência os tornará cada vez mais multimidiáticos. Todavia, o fato da indústria dos games procurar sempre trazer inovações de ponta tornaria seus produtos mais dispendiosos que os PCs. Mas isto não é tão certo assim, a configuração exigida pelos games de computadores da última geração está cada vez mais específica e cara. Enquanto as mídias se tornam cada vez mais híbridas, será que um dia as dissertações serão escritas em consoles da Nintendo? Porque o Pac-Man, Mario e Sonic originais já estão nos PCs de todo o mundo através dos programas emuladores de consoles.

⁵⁰ PC WORLD, IDG Now!, Second Life Brasil passa por reestruturação após venda da Kaizen, 29-06-2009, disponível em: <<http://pcworld.uol.com.br/games/2009/06/29/second-life-brasil-passa-por-restrukturacao-apos-venda-da-kaizen/>> Acesso em:16/09/09.

⁵¹ Um experimento realizado pela Blizzard na forma de evento no World Of Warcraft seria motivo de investigação de cientistas. Ao interagirem com determinados monstros os avatares seriam contaminados pelo anti-buff “corrupted blood” e gradativamente seu HP iria ser consumido. O anti-buff seria transmissível pela aproximação a outros avatares. Logo, jogadores buscariam refugio em pequenos povoados e fugiriam dos grandes centros para evitar a epidemia.

BBC News, Virtual game is a 'disease model', Tuesday, 21 August 2007, 00:04 GMT 01:04 UK, disponível em: <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/health/6951918.stm>> Acesso:16/09/09

As Sete Gerações de Videogame (consoles caseiros)	
I Geração (1966-1975)	Magnavox Odyssey – Pong units – Coleco Telstar
II Geração (1976-1984)	Fairchild Channel F – RCA Studio II – Atari 2600 – Bally Astrocade – Magnavox Odyssey 2 – Intellivision – Emerson Arcadia 2001 – ColecoVision – Atari 5200 – Vectrex – Sega SG-1000
III Geração (1983-1992)	Famicom – Sega SG-1000 Mark III – Atari 7800 – Nintendo Entertainment System – Sega Master System – Atari 7800
IV Geração (1987-1996)	PC-Engine – Sega Mega Drive – TurboGrafx 16 – Sega Genesis – PC-Engine SuperGrafx – Neo Geo AES – Super Famicom – Super Nintendo – Philips CD-i – Atari Jaguar
V Geração	3DO – NEC PC-FX – Sega Saturn – PlayStation – Nintendo 64 – Apple Bandai Pippin
VI Geração	Sega Dreamcast – PlayStation 2 – Xbox – Gamecube
VII Geração	Xbox 360 – PlayStation 3 – Nintendo Wii – Evo: Phase One

Quadro 2 – As sete Gerações de Videogames (consoles caseiros)

Em 50 anos de história, os games se tornariam líderes do mercado de entretenimento global, visto que sempre foram a vanguarda tecnológica e sua incrível capacidade de adaptação aos esquemas de mercado vigentes. Sabe-se que os hibridismos e hibridizações não seriam mais novidade para o mundo dos games. Como representante da cultura da mídia praticaria amplamente o intercâmbio midiático de conteúdos e linguagens. Também absorveria a maioria das inovações tecnológicas audiovisuais em seus dispositivos midiáticos de entretenimento interativo. Todavia, caracteriza-se a entrada no novo milênio pela aceleração destes processos e a eventual adaptação da sociedade a uma nova realidade cibernética.

No primórdio dos games, a informática estava sendo introduzida na sociedade e existia certa mistificação em relação ao potencial das máquinas e da microinformática. “Pong, uma variante do pingue-pongue, foi o precursor de todos os emocionantes e originais jogos eletrônicos, que funcionam com base na microcomputação” (MICROCOMPUTADOR JOGOS, 1987, p.7). O que seria uma qualidade era posta a prova. “Nolan Bushnell, inventor desse primeiro fliperama, não atingiu o ponto essencial da questão: seu jogo requer duas pessoas que competem entre si; não permite que um jogador experimente sua habilidade e

destreza contra a lógica da máquina” (IDEM). O trecho retirado de uma revista especializada dos anos 1980 ilustra o que se aspirava alcançar em termos de videogames naquela época. O “ponto essencial da questão” era colocar o jogador “contra a lógica da máquina”, sendo rebaixada a segunda categoria o fenômeno da interação entre jogadores dentro do espaço do game.

Além disso, o aparecimento dos primeiros arcades criaria estabelecimentos de entretenimento público com variados gêneros de videogames profissionais no mundo inteiro. Mais tarde, o aparecimento das *game houses*, e posteriormente das *lan houses*, absorveria esse público infanto-juvenil. Naqueles recintos eram disponíveis plataformas e sistemas de games que permitiam as primeiras experiências de interação entre os jogadores, dentro e fora do game. Assim, haveria o engajamento de grupo de pessoas nesses estabelecimentos que compartilhariam um mesmo *hobby* eletrônico. Por exemplo, o autor desta pesquisa lembra, no início dos anos 1990, em sua infância escolar, o quanto costumava, junto a seus colegas, gazetear aula e fugir para os arcades, onde todos gastavam o dinheiro da merenda.

Outra consequência desta avaliação recai sobre o caso específico do Second Life Brasil, porque um dos fundamentos dos mundos virtuais é ser um ambiente “persistente” (CASTRONOVA, 2001), isto é, concebe-se que eles estarão ali mesmo que o jogador se desconecte do servidor. Mas, em caso de falência das produtoras e mantenedoras dos mundos virtuais, qual seria o impacto da perda daquilo que é construído por jogadores/residentes e do desmantelamento das comunidades virtuais determinadas por suas ambiências, como espaços ontológicos de pertencimento?

O historiador holandês Johan Huizinga (1996) já dizia no início do século XX que os jogos são importantes práticas sociais e tendem a criar um espírito comunitário entre seus jogadores. Além disso, de forma bem abrangente, ele falava que qualquer jogo encerra uma narrativa vivenciada por sua prática e possui um sentido para a cultura que o produziu. Isto quer dizer que os jogos em sua natureza são potenciais meios de transmissão de significados, como pontuaram alguns autores (MCLUHAN, 1969; HUIZINGA, 1993).

Já no MMORPG não existe uma única narrativa a ser vivenciada na prática do jogo, muito menos o processo de assimilação cognitiva do conteúdo sógnico ocorre de forma linear. Existiria como escreveu Machado (2002) jogadores imersivos, chamados por ele de interatores, e um meta-narrador, a máquina. Ela, onipresente no processo, representada pelos computadores, redes e programas, cria um mundo persistente mesmo quando seus interatores não estão conectados. Os jogadores são chamados a cooperarem e a criarem suas histórias, a

partir não só da interação com a máquina, mas por ela, na interação entre os próprios jogadores.

Nesta conjuntura já é possível entender que os jogos da atualidade favorecem a socialização entre seus participantes de forma que nenhum outro sistema de jogo possibilitou antes. Esta prática de “jogo massivo” indica que estamos diante de um fenômeno sócio-comunicacional, a partir da comunicação mediada por computador. Ocorre, pois, que este processo de interação mútua entre jogadores em um espaço virtual criado (e mediado) por um programa de jogo passa a ser um tema de interesse para reflexão da ciência da comunicação. Contudo, qualquer estudo dos fenômenos comunicacionais emergentes da cultura cibernética precisa atentar a novos paradigmas que expliquem da melhor forma possível estes processos. Ainda que a metáfora da rede favorecesse a compreensão deste processo, apontando sua forma, buscamos uma abordagem relacional do processo de comunicação, por considerarmos que este compreenda melhor os engajamentos internacionais entre os participantes do processo, seus inter-atores, bem como o papel da meta-narradora.

4 FORMAS CULTURAIS TECNOLOGICAMENTE MEDIADAS

No cerne desta proposta de estudo encontra-se a compreensão de três formas de cultura tecnologicamente mediadas: a cultura da mídia, a digital e a dos games. Mas, é conveniente, antes de se tratar especificamente sobre estas três formas culturais, avaliar de forma sucinta alguns significados aferidos a palavra “cultura” na área das ciências sociais, desde sua acepção iluminista até o momento em que seria percebida como uma forma de mercadoria na modernidade.

4.1 PARA ENTENDER A “CULTURA” DA MÍDIA

Segundo Cuche (2002), a palavra cultura, no sentido figurado, seria utilizada desde o século XVIII na França. Era, entretanto, especificado o complemento, conforme encontramos atualmente nos termos cultura “da mídia”, cultura “digital” e cultura “dos games”. O termo ganha autonomia ao ser utilizado pelo Iluminismo como oposição a natureza. Assim, a cultura seria vista como uma qualidade essencialmente do Homem. Neste período, “cultura” e “civilização” se tornam sinônimas e sempre empregadas no singular. Estas concepções, de certa forma, auxiliaram a libertação do conhecimento do domínio religioso, “o homem está colocado no centro da reflexão e no centro do universo” (CUCHE, 2002, p.23).

“No mesmo instante que a Alemanha irrompe como uma grande potência, a França conquista uma importância transformada enquanto *potência cultural*.” (NIETZSCHE, 2000, p.67). Na Alemanha como consequência do despeito da burguesia alemã com sua corte, desloca-se o sentido universalista de *cultura* para uma acepção mais particularista de *kultur*, entre os séculos XIX e início do século XX. Tudo que era francês estaria exercendo um enorme fascínio na nobreza alemã, que a partir daí se isolaria cada vez mais da classe média. Assim, os intelectuais e universitários (a *intelligentsia*) se sentiriam na missão de trazer a cultura para o povo, para eles uma cultura genuinamente nacional e não decadente. (ver Nietzsche, 2000, p. 63-71).

Para Cuche, (IDEM) estas duas definições (a francesa e a alemã) seriam o fundamento da ideia de cultura nas ciências sociais contemporâneas. Mas, seria o fundador da antropologia britânica, Edward Tylor, aquele que primeiro iria definir etnologicamente cultura. “Cultura e civilização, tomadas em seu sentido etnológico mais vasto, são um

conjunto complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, os costumes e as outras capacidades ou hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro da sociedade.” (TYLOR *apud* CUCHE, 2002, p35).

Tylor seria um dos primeiros a pensar que a cultura era adquirida inconscientemente pelo homem no decorrer de sua vida em sociedade e não por determinismo biológico. Por fim, em meio à indistinção terminológica que imperava na época, Tylor delibera pelo uso da palavra “cultura”, em detrimento de “civilização”, achando que a palavra teria uma conotação neutra que romperia com o conceito de “primitivos” e “civilizados”.

O sociólogo alemão Ferdinand Tönnies (*On Gemeinschaft and Gesellschaft*, 1887) apresenta sua própria concepção de cultura:

Toda a cultura foi transformada em uma civilização do estado e *Gesellschaft*, e esta transformação significa a destruição da própria cultura, se nenhuma das suas sementes dispersas permanecer viva e, novamente, levar adiante a essência e a ideia de *Gemeinschaft*, assim, secretamente, promovendo uma nova cultura entre a decadente. (TÖNNIES, *On Gemeinschaft and Gesellschaft*, Online)⁵²

Segundo pode-se entender da obra de Tönnies, opondo-se à noção iluminista de cultura como antagonista da natureza, ou como fundamento para demarcação da superioridade humana, o autor pensa na “cultura” como parte da natureza que emanaria do povo, então decorrente das *Gemeinschafts*. Em contrapartida, a noção de “civilização”, para o autor, seria sua degeneração, que ocorre pela apropriação da cultura pelas *Gesellschafts*. Importante ressaltar, conforme nos lembra Arenari⁵³ (2007, p. 41), que este estudo de Tönnies é similar aos “tipos” weberianos, sendo sua noção de cultura e civilização decorrentes das formas ideais (será novamente referida a dicotomia social de Tönnies no tópico que trata das comunidades virtuais).

Franz Boas, o inventor do método etnográfico, compreenderia as várias diversidades culturais, em suas exaustivas observações *in locu*, e formaria ideias pioneiras sobre “raça” e “etnia”, ao descrever “as culturas”. Antropólogo americano de origem alemã, Boas critica o método evolucionista da época, enquanto assegura que não existiriam evidências entre o determinismo biológico de “raça” e o evolucionismo cultural. Os estudos de Boas seriam de grande influência na antropologia cultural americana.

⁵² TÖNNIES, Ferdinand. *On Gemeinschaft and Gesellschaft*. Reproduzido de *Community and Society: Gemeinschaft und Gesellschaft by Ferdinand Tönnies*. Traduzido e editado por Charles P. Loomis, pp. 223-231. Copyright 1957, The Michigan State University Press.

Disponível em: <<http://www.cf.ac.uk/socsci/undergraduate/introsoc/gemein.html>> Acesso:17/09/09

⁵³ ARENARI, Brand. Ferdinand Tönnies e o romantismo trágico alemão: revisitando um clássico esquecido. PERSPECTIVAS ONLINE, Campos dos Goytacazes, v.1, n.4, p.35-49, 2007. Disponível em: <[http://www.perspectivasonline.com.br/revista/2007vol1n4/volume%201\(4\)%20artigo4.pdf](http://www.perspectivasonline.com.br/revista/2007vol1n4/volume%201(4)%20artigo4.pdf)> Acesso:17/09/09

No início do século XX, Lévi-Strauss, considerado o criador da antropologia estrutural, é convidado a dar aulas na Universidade de São Paulo, onde lecionaria entre 1935 a 1939. Seus trabalhos, amplamente ilustrados por suas próprias fotografias, auxiliariam a dignificar o indígena, estigmatizado em abordagens etnocêntricas como primitivo e atrasado. Em meados de 1950, relacionaria a cultura dos índios com os “sistemas simbólicos”. Os estudos de Lévi-Strauss envolvem desde o registro dos mitos de um povo até seus utensílios ritualísticos; ele iria relacionar, por exemplo, os hábitos de matrimônios dos índios aos da sociedade tida como civilizada, abrangendo sua complexidade e especificidades.⁵⁴

A metáfora da “bricolagem” de Lévi-Strauss torna-se ilustrativa para as mais variadas criações culturais baseadas em repertórios míticos pré-estabelecidos. Entretanto, nem todos os sincretismos criativos procedentes da pós-modernidade seriam casos de “bricolagem”, estariam mais para uma verdadeira “colagem”. (MARY *apud* CUCHE, 2002, p.155). A cultura contemporânea é demasiadamente complexa para análise, tendo em vista a multiplicidade e disparidade de agentes produtores. Neste sentido, Nestor Canclini conceitua, em *Culturas Híbridas* (2008, pp.XXVI-XXVII), o processo pelo qual o multicultural se tornaria intercultural. Suas análises chegam a abranger as histórias em quadrinhos, vídeos e videogames.

A acepção de cultura nos estudos da mídia, no entanto, entra em cena notadamente com a teoria crítica da escola de Frankfurt. Influenciados pelos estudos das hierarquias de classe e culturais de Karl Marx e Max Weber.⁵⁵ O cerne da questão seria a difusão de uma “cultura dominante” pelos meios de comunicação de massa. Originalmente referida como “cultura de massa”, o termo logo seria deixada de lado, por sua indefinição se seria algo produzido “pelo” povo, como uma cultura popular, ou “para” o povo. Consequentemente, Adorno e Horkheimer deliberam pela expressão “indústria cultural”, em 1947, definindo um sistema de determinação, produção e difusão de produtos midiáticos de má qualidade, responsáveis por um retrocesso cultural das massas. “A máquina da indústria cultural gira sem sair do lugar: ela mesma determina o consumo e exclui tudo que é novo, que se configura como risco inútil, tendo elegido com primazia a eficácia dos seus produtos”, explica Wolf (2008, pp.76-77).

Como os autores apontam, uma das principais faltas nos pressupostos teóricos da escola de Frankfurt consiste em notadamente excluir o fator da recepção, concebendo relativa autonomia aos produtos da indústria cultural. (ver WOLF, 2008; SANTAELLA, 2002, 2006).

⁵⁴ Existem também outras abordagens sócio-antropológicas que definiriam conceitos chave nas ciências sociais, tais como cultura popular, subcultura, multiculturalismo, entre outros. (ver Cuche, 2002).

⁵⁵ Ver sempre Cuche, 2002

Na atualidade, o próprio termo “indústria”, relacionado aos sistemas de mídia, é tido como obsoleto em vista das novas configurações determinadas pelos processos informacionais de digitalização e reprodução, que não mais denotam “a manufatura industrial de bens simbólicos.” (SANTAELLA, 2008, p.48).

Se a teoria crítica acentua a atenção nos aspectos econômicos e sociais, sendo importante pela compreensão de um sistema de produção das instituições de mídia e seu papel na difusão de uma cultura dominante, os *cultural studies*, por sua vez, aplicam-se na interpretação das estruturas sociais em seu contexto histórico, relacionando sociedade, política e mídia de forma a interpretar a cultura contemporânea. “No conceito de cultura cabem tanto os *significados* e os *valores* que surgem e se difundem nas classes e grupos sociais, quanto as *práticas* efetivamente realizadas, por meio das quais valores e significados são expressos e nas quais estão contidos.” (WOLF, 2008, p.103).

Independente de cálculos sobre a certeza de suas premissas, a escola crítica e os *cultural studies* seriam importantes influências para pesquisadores sociais no mundo todo, especificamente, auxiliam a produção do conceito de “cultura da mídia” por Douglas Kellner. O autor absorve os conceitos de industrialização e comercialização da cultura no domínio das relações sócio-políticas, isto significa que os estudos da cultura da mídia tornam-se relevantes na compreensão dos meios audiovisuais atrelados às estruturas sociais e políticas.

Kellner não se detém apenas ao estudo das narrativas midiáticas impregnadas de simbolismos ideológicos, ele analisa também ícones de consumo da cultura pop, como Madona e Rambo (2001), e mais recentemente alerta dos perigos de “candidatos-celebridades” como Schwarzenegger (2003)⁵⁶, todos significantes para a manutenção do conservadorismo da sociedade norte-americana. Desta forma, a cultura da mídia aparece como a nova roupagem pós-moderna da cultura de massa.

Santaella (2003b, p.24) concebe seis tipos de formações culturais – notadamente similares às etapas culturais de Lévy (apesar de naquele momento ela não citá-lo explicitamente):

- a) a cultura oral;
- b) a cultura escrita;
- c) a cultura impressa;
- d) a cultura de massa;
- e) a cultura das mídias;

⁵⁶ KELLNER, Douglas. Arnold Schwarzenegger and Media Spectacle. UCLA Bruin: 2003, disponível em: <<http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/>> Acesso:20/09/09

f) a cultura digital.

4.2 DA CULTURA MIDIÁTICA

A compreensão da importância da cultura das mídias para a própria cultura dos games demanda uma reflexão inicial sobre a concepção de “mídia” e a expansão do significado do termo para abarcar os games como o *Ragnarök Online*. Esta alteração se consolida em plena era digital, na evolução tecnológica dos meios de comunicação e em sua convergência nos dispositivos informacionais. Nesta pesquisa, inclui-se a realidade dos dispositivos informacionais como uma “nova mídia”, assim como fez Cardoso (2007, p. 111) ao estender o significado do termo “mídia” também aos games. Segundo Santaella (2003, pp. 53-54), devido à evolução da teleinformática, adicionou-se ao significado do termo mídia os “dispositivos e programas auxiliares da comunicação” e “a todos os processos de comunicação mediados por computador”. Silverstone (2005, p. 33) diz que a mídia se faz importante particularmente como parte de “um processo de mediação” na transmissão de significados. Estes autores têm em comum a percepção de que a comunicação deve ser pesquisada como um processo sociocomunicacional.

Uma das premissas desta pesquisa é que os games da atualidade, especificamente os do gênero online, determinam uma multiplicidade de processos sócio-comunicacionais, entre eles a interação, comunicação e socialização entre jogadores imersivos. Sendo assim, o game *Ragnarök Online* além de um entretenimento interativo online é uma ambiência sócio-comunicacional digital. Consistindo em um artefato tecnológico, simbólico, midiático este game se enquadra nas lógicas da cultura das mídias, cultura dos games e cibercultura.

Santaella (2002, 2003a, 2003b, 2005) denomina “cultura das mídias” (no plural!) a dinâmica cultural própria da mídia que se distingue da lógica da cultura de massa e da cibercultura. Para a autora, a cultura das mídias se caracteriza pelos intercâmbios das mídias entre si, “criando redes de complementaridades”. (SANTAELLA, 2002, p.49). Ela cita os exemplos das adaptações entre a literatura e o cinema, e a venda de CDs gravados em shows ao vivo. Esta é a “cultura da multiplicação que nasce dos híbridos” (SANTAELLA, 2005, p.391).

”A convergência das mídias”, ou “hibridização” é parte de um fenômeno que já foi apontado por McLuhan (1974, p. 70), como a “interpenetração de um e outro meio”.

“Contudo, isso é apenas um epifenômeno quando comparado à grande hibridização permitida pela digitalização e pela linguagem hipermediática por ela introduzida com seus processos de comunicação inteiramente novos, interativos e dialógicos” (SANTAELLA, 2005, p.391), de forma que merece nova consideração quando tratarmos da cibercultura.

O papel da cultura das mídias na produção, distribuição e consumo dos produtos da cultura de massa é tão relevante quanto o fato dela ter auxiliado o surgimento da cibercultura. Para Santaella (2003b, p.24), a cultura das mídias colaborou para a gradativa aceitação social da cibercultura, por exemplo, alimentando a sociedade com produções *cyberpunk* e com representações dos ciborgues, das I.A. e do próprio ciberespaço. Desde a publicação da primeira obra do gênero *cyberpunk*, *Neuromancer*, de Gibson (1984), até a trilogia *Matrix*, dos irmãos Wachowski, as relações pós-humanas eram discutidas.

Na atualidade, existem máquinas para quase todas as funções e mediações das relações humanas: próteses cada vez mais ergonômicas tornam o ciborgue uma realidade, interfaces midiáticas que lêem feições humanas, nos mundos virtuais; os *bots* põem à prova a capacidade de se reconhecer a presença humana, relacionamentos cibernéticos, entre outras. Assim, a sociedade evoluiria para a cibercultura sem sofrer demasiadamente com o “impacto” das mudanças para uma dinâmica cultural globalizada.

A hibridização, como chamava McLuhan (1974, p.71), corresponde tanto à convergência das mídias dentro de outras mídias, como também ao intercâmbio de conteúdos praticados pelas mídias, “um atuando como ‘conteúdo’ do outro, de modo a obscurecer a atuação de ambos.”

O que estou querendo dizer é que os meios, como extensões de nossos sentidos, estabelecem novos índices relacionais, não apenas entre os nossos sentidos particulares, como também entre si, na medida em que se inter-relacionam. O rádio alterou a forma das histórias noticiosas, bem como a imagem fílmica, com o advento do sonoro. A televisão provocou mudanças drásticas na programação do rádio e na forma das radionovelas. (MCLUHAN, 1974, p. 72).

Uma prática da cultura das mídias, é a ideia de que as mídias coexistiram cultivando o intercâmbio de seus conteúdos. A partir das matrizes midiáticas pode-se acompanhar esta qualidade da cultura das mídias, no exemplo do *Ragnarök*, um mangá que se tornou game online e posteriormente teve sua adaptação em anime⁵⁷.

⁵⁷ Mangá é um gênero de gibi japonês, que se tornou um estilo e atualmente existem mangás de todas as nacionalidades. Da mesma forma, o anime é o gênero de desenho japonês, no mesmo estilo do mangá. Mangá, anime e outros do gênero são expressões da cultura popular do Japão, que ganharam notoriedade no mundo todo.

Santaella cita a importante influência do conceito de “hibridismo” de Canclini (2008) para sua acepção de cultura das mídias.⁵⁸ Canclini viu que o processo de hibridismo cultural atingiria todas as esferas sociais, além das empresas de comunicação. A leitura de Canclini compreende que os filmes, livros, CDs são tão passíveis de intercâmbios simbólicos quanto às várias culturalidades diferentes. A análise de Canclini é tão incisiva que, por exemplo, sua ideia de profissionalização dos artistas pelas empresas, se revela no fato do autor de *Ragnarök*, Myung Jin Lee, ter abandonado o processo criativo de suas histórias em quadrinhos, na década de 1990, para dedicar-se ao projeto do game online junto a Gravity Corporation. (ver CANCLINI, 2008, p.367-368).

4.3 DA CIBERCULTURA

Seguramente Pierre Lévy é o principal expoente da cibercultura no mundo, por seu pioneirismo e visão diferencial do tema. Uma das primeiras preocupações de Pierre Lévy na abertura de sua obra *Cibercultura* é explicar a inadequação da metáfora do “impacto” das novas tecnologias na sociedade contemporânea.⁵⁹

Mesmo supondo que realmente existam três entidades — técnica, cultura e sociedade —, em vez de enfatizar o impacto das tecnologias, poderíamos igualmente pensar que as tecnologias são produtos de uma sociedade e de uma cultura. Mas a distinção traçada entre cultura (a dinâmica das representações), sociedade (as pessoas, seus laços, suas trocas, suas relações de força) e técnica (artefatos eficazes) só pode ser conceitual. (*sic*) (1999, p.22)

Na entrada do século XXI, Lévy rejeita a metáfora do impacto para a compreensão das transformações sociais originadas pelos dispositivos tecnológicos, uma vez que impacto dá ideia de forças conflitantes, relacionando sociedade e tecnologia como um alvo e um projétil; seria na verdade uma forma de afastar as relações intrínsecas existentes entre estes dois, visto que para o autor cultura, técnica e a sociedade são congruentes.

A hipótese que Pierre Lévy sustenta em *Cibercultura* (1999) é que se trataria de uma cultura universal sem totalidade. Pressupondo que na cibercultura não existiria mais o

⁵⁸ Curiosamente, não fez referência a Kellner, mesmo diante da similaridade entre as denominações e os próprios conceitos.

⁵⁹ Manuel Castells, por exemplo, utiliza amplamente a expressão, impacto das novas tecnologias na sociedade, em *Sociedade em Rede* (2002), o que não desmerece de forma alguma o grande valor desta obra na atualidade.

“fechamento semântico” da unidade de sentido, que ela não seria mais determinada mecanicamente, como seria de forma orgânica, Lévy (1999, p.248) distingue três etapas da história, ressaltando que nenhuma etapa eliminaria outra:

- a) a cultura oral: natural das pequenas sociedades fechadas, que viviam uma totalidade sem universal;
- b) a cultura escrita: proveniente das sociedades "civilizadas", imperialistas, que fizeram nascer um universal totalizante;
- c) a cibercultura: correspondendo à globalização concreta das sociedades, que inventa um universal sem totalidade.

Na definição de Lévy, o “universal” denota não apenas a onisciência tecnológica, mas o fato de ser uma cultura deliberada pela própria humanidade (o que ressaltaria a questão da colaboração na criação do conteúdo da Internet). Lévy (1999, p.15) argumenta que uma forma de entender a cibercultura é o retorno do consumo da mensagem no instante de sua produção com a co-presença do autor, conforme existia nas sociedades orais. Isto expõe uma visão interativa do processo de comunicação mediada por computador. Aí que a expressão “sem totalidade” parece lembrar aquilo que o autor pernambucano Nelson Rodrigues disse uma vez: “Toda unanimidade é burra”. Igualmente, para o autor, isto representaria como as comunidades virtuais praticam a renovação permanente dos significados e dos textos – sem ser totalizadora.

4.3.1 Ciberespaço, redes, comunidades, mundo virtuais

O autor de *Neuromancer* (1984), William Gibson, criou o termo “*cyberspace*”, que denominava, por assim dizer, as ambiências digitais criadas pelas Redes informacionais. Curiosamente ele apresenta, em seu romance *cyberpunk*, a matriz do ciberespaço nos “antigos games de arcade”. Naquela ocasião utilizou expressões metafóricas para descrever um conceito que era ainda emergente na sociedade de 1980:

Cyberspace. Uma alucinação consensual experimentada diariamente por bilhões de operadores legítimos, em todas as nações, por crianças aprendendo conceitos matemáticos. . . Uma representação gráfica dos dados abstraídos dos bancos de cada computador no sistema humano. Complexidade impensável. Linhas de luzes

variando no não-espço da mente, aglomerados e constelações de dados. Como luzes da cidade, recuando.... (GIBSON, 1984, p.64)

Certamente esse trecho faz alusão aos *hackers* e seu papel na origem da Internet. Uma subcultura norte-americana composta em sua maioria de jovens programadores (operadores), em idade escolar. Todos sabem que o livro em questão seria o precursor do gênero *cyberpunk*, descreve uma sociedade tecnológica, futurista e decadente. O personagem principal chamado Case é um *hacker* (conhecidos por *cyberspace cowboys* no livro), que procura novamente ter acesso ao *cyberspace*.

O ciberespaço é outra categoria trabalhada por Lévy (1999), o qual necessita um breve comentário, primeiramente de alguns elementos estruturais. (ver Santaella, 2007, p.38-47) Hoje em dia, o neologismo gibsoniano é utilizado por autores como sinônimo da própria Internet. É possível imaginar a existência de um ciberespaço global com acesso aberto aos computadores que se conectarem à Internet – nada obstante a questão da exclusão digital. Todavia, adotada a concepção de Lévy, o acesso ao ciberespaço não é ilimitado, visto como este se constitui de redes dentro de redes, e como qualquer programador de redes sabe, nem toda rede é necessariamente conectada a Internet.

O conceito de “rede” foi explorado por Castells a fim de ilustrar a forma da própria estrutura da sociedade:

...redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho). Uma estrutura social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio. (1999, p. 499).

Conceitualmente, redes sociais e arquitetura em rede não são tão diferentes assim. Um indivíduo pode ter uma rede social relativamente pequena, com poucos contatos, também existem redes de computadores de pequeno porte. Por exemplo, na década de 1990, era prática de alguns jogadores de games online constituírem suas próprias micro-redes nos finais de semana, visto que na época ainda não havia acesso a banda-larga, só a conexão discada. Cada jogador levaria sua máquina e eles constituiriam sua pequena rede cabeada. A conexão direta entre máquinas permitia horas de entretenimento conjugado e sem custos adicionais à conta telefônica.

Atualmente, as redes de computadores em escala global servem de estrutura física para a conexão pontual de terminais de uso pessoal (o PC de um jogador, por exemplo).

Logicamente, em muitos casos, o acesso a “áreas” específicas deste ciberespaço global não é de forma alguma ilimitado, como nos fóruns que necessitam de um cadastro a fim de permitir acesso ao seu conteúdo ou mesmo a colaboração do usuário.

Programas como games online originam ambientes virtuais, que de outra forma também originam ciberespaços de acesso restrito. O gênero MMORPG é um representante dos dispositivos informacionais desenvolvidos pela indústria dos games, que se utiliza dos mesmos meios de propagação da informação que a internet. O acesso pode ser gratuito ou não, exigindo ao menos o cadastro do jogador para seu ingresso ao mundo virtual do MMORPG. Lévy fala, entretanto, que o ciberespaço significaria mais que uma multiplicidade de dispositivos interconectados em rede, seria do mesmo modo o “universo de informação” construído pela colaboração de seus atores.

A essência da questão parece ter seu valor ontológico: ciberespaço é antes de tudo compreendido como um novo “espaço”. Fragoso⁶⁰ (2008) associa as ideias de Oldenburg sobre os “terceiros lugares” aos games online como *Second Life*. Para a autora estes espaços atendem “à demanda por interações interculturais pela população cosmopolita contemporânea.” (FRAGOSO, 2008, p. 44). É outra forma de se introduzir, por assim dizer, a questão das comunidades virtuais e da nova socialização contemporânea que se formam a partir dos softwares dos games online.

Neste contexto, observa Castells (2002, p.397) que na sociedade em rede as localidades são “despojadas de seu sentido cultural, histórico e geográfico”, originando um “espaço de fluxos” em detrimento do “espaço de lugares”. Ressalta-se, portanto, que esta designação “lugar” recebe o mesmo sentido de “ambiência digital”. Indica-se, também, que Gibson (1984) já utilizava uma expressão no mesmo sentido: “*non space*”, isto é, um “não-lugar”.

Hoje, mesmo que uma das utilidades para o ciberespaço seja como entretenimento interativo online, segundo Lévy (1998, p.103) uma das vias possíveis para o emprego do novo espaço seria o seu projeto da “inteligência coletiva”. Tendo em vista o espírito da democratização do conhecimento, influência do espírito *hacker*, que se manifestaram nos pilares da internet, o ciberespaço constituiria “espaços de saber”. Entre estas duas perspectivas aparentemente tão diversas, é possível observar o modelo dos fóruns de games na Internet, em que indivíduos chegam a constituírem um saber-lúdico. Resumidamente, Lévy

⁶⁰ FRAGOSO, Sueli. Games online como terceiros lugares. IN: Revista Fronteiras – estudos midiáticos X(1): 36-45, jan/abr 2008, Unisinos: 2008. Trabalho apresentado na Intercom 2007, disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0876-1.pdf>> Acesso:19/09/09

(1999, p. 127) tem pra si que três princípios nortearam a emergência do ciberespaço: as interconexões, as comunidades virtuais e a inteligência coletiva.

A descrição do *cyberspace* de Gibson tem um tom poético, solitário e principalmente físico. É quando se idealiza certa materialidade ao ciberespaço, que se pode também pensá-lo como sendo um mundo virtual.

Um mundo virtual, no sentido amplo, é um universo de possíveis, calculáveis a partir de um modelo digital. Ao interagir com o mundo virtual, os usuários o exploram e o atualizam simultaneamente. Quando as interações podem enriquecer ou modificar o modelo, o mundo virtual torna-se um vetor de inteligência e criação coletivas. (LÉVY, 1999, p.75)

Em um trabalho apresentado pelo autor desta pesquisa no II Gamepad⁶¹, tratou-se especificamente dos mundos virtuais originados por games para computadores, como espaços sógnicos e comunitários. As ambiências digitais são conformadoras de processos comunicacionais e ambientes de aprendizagem. (ver SOUSA, 2009).

O termo mundo virtual seria apropriado das Artes pela Cibercultura. Na década de 1950, Susan Langer (*apud* VIEIRA; COELHO, 2001) utilizava a expressão “mundo virtual” para definir outra realidade sugestionada pelas obras de arte. Segundo Vieira e Coelho⁶², este conceito de virtual “pressupõe o jogo da criação tendo por base estímulos gerados pela obra de arte”. O mundo virtual de Langer é um espaço de significação que nos permite vivenciar uma experiência sugestionada por um artista.

Eduard Castronova (2001, p.6) remete o termo mundos virtuais (*virtual worlds*) aos criadores de *Ultima On-line*, mas ele fala que os mesmos preferiam à terminologia “mundo em estado persistente” (*persistent state world*); embora J.J.R. Tolkien tenha usado o termo mundos secundários (*secondary worlds*). Castronova fala que atualmente o termo MMORPG é o mais comumente usado para definir mundos virtuais, termo que ele acredita sintetiza melhor o conceito em poucas sílabas. Seu prognóstico futuro é que os mundos virtuais não serão meros ambientes de games online.

De fato, certas manifestações observadas em mundos virtuais evidenciam que eles não se restringem ao entretenimento. Algumas tendências recentes apontam para seu uso prático como ambiente de aprendizagem, simulação, ciberativismo, mercados virtuais e ao advergaming (ver SOUSA, 2009). Naquele momento, concluiu-se que novas serventias poderiam emergir

⁶¹ O seminário internacional de games, comunicação e tecnologia, II Gamepad, foi realizado no centro Universitário Feevale, Novo Hamburgo, em 2009.

⁶² VIEIRA, João; COELHO, Luiz. Subjetividade virtual em “nova carne”. Revista Fronteiras-Estudos Midiáticos. São Leopoldo, RS, vol. III, Número 1, junho de 2001, pp. 71-82. (ISBN 1518-6113), disponível em: <<http://www.users.rdc.puc-rio.br/imago/site/virtualidade/ensaios/nvcarne.htm>> Acesso:20/09/09

do ciberespaço, isto é, dos mundos virtuais. Entretanto, no momento procura-se deixar de lado conjecturas presumíveis e atentar ao que realmente se pratica no cotidiano cibernético, por exemplo, na análise e crítica do BRO.

4.3.2 Híbridez tecnológica e a multimídia

Outro aspecto importante da cibercultura trata-se do próprio fenômeno da “convergência das mídias” que se intensificara com a revolução digital dos meios de comunicação. Apesar de Lévy pouco utilizar este termo em suas obras, “na perspectiva contemporânea de convergência da comunicação digitalizada” (1999, p.192), a referência a multimídia é frequente, visto que se fosse possível cristalizar o fenômeno da convergência midiática certamente revelaria a multimídia.

Para Castells (2002, p.387) multimídia é o novo sistema de comunicação formado a partir da fusão das mídias, “o novo sistema é caracterizado pela integração de diferentes veículos de comunicação e seu potencial interativo.” Os autores parecem se entender neste aspecto. Já Lévy (1999, p.32) destaca o surgimento da multimídia a partir das tecnologias digitais e interativas. Desde a década de 1980 irrompe no mercado global de música digital e ocorre sua extrapolação pela informática em meio às interfaces amigáveis. O autor descreve que na década de 1990 irrompem várias formas de mensagens interativas no ciberespaço, como os games e os hipertextos. Percebe-se, na atualidade, a realização da “digitalização do próprio computador” como o projeto Google do computador nas nuvens.

Em trabalhos cotidianos com computadores, escrevendo ou navegando, utiliza-se abundantemente aplicativos que na realidade representam a digitalização de artefatos reais. A calculadora e o vídeo-player são só alguns exemplos. Jogadores de games online costumeiramente recorrem a dispositivos variados. Eles utilizam sites e fóruns para consulta, além de adicionarem contatos a redes sociais digitais (Orkut, MSN). Um usuário avançado com um equipamento de ponta pode gravar um filme no Nero, baixar músicas no E-mule, acessar sua conta no MSN, enquanto seu mercador encontra-se conectado vendendo no *Ragnarök Online*. Todos processados simultaneamente por seu computador, o que só é possibilitado pela convergência midiática.

Segundo Santaella (2008) convergência midiática tornou-se sinônima de hibridização:

Depois da explosão das redes planetárias de comunicação e da WWW (World Wide Web), o uso das palavras “hibridismo”, “híbrido” e “hibridização” ou “hibridação” expandiu-se consideravelmente para se referir tanto à convergência das mídias no mundo digital quanto à mistura de linguagens na hipermídia, ou seja, a junção do hipertexto com a multimídia que define a linguagem que é própria das redes. Recentemente, o uso do vocábulo “hibridismo” expandiu-se ainda mais para se referir à interconexão dos espaços físicos de circulação com os espaços virtuais de informação a que os usuários de dispositivos móveis se conectam. Nestes espaços vêm se desenvolvendo práticas de mídias locativas. (2008, online)⁶³

4.3.3 Hipermídia como a linguagem dos games online

McLuhan diz que a “interpenetração de uma mídia em outra” pode ser entendida igualmente pela forma que um novo meio de comunicação modificara a linguagem de outros. Segundo Santaella (2005, p.208), “cada meio de representação deve desenvolver conceitos representativos e formas de representação que lhe são próprios.” Conforme foi exposto em outra ocasião (ver SOUSA & MAGALHÃES, 2008, p.154-155), a linguagem e o conteúdo dos games eletrônicos sofrem influência de outras mídias. Sendo plausível que na cibercultura⁶⁴, idêntico ao ocorrido às mídias tradicionais, os games se adaptaram à linguagem hipermídia, originando os chamados “games online”.

A hipermídia é uma linguagem eminentemente híbrida, não-linear, e multi-sígnica, proveniente da combinação de outras matrizes de linguagem (SANTAELLA, 2005, p.369-). É possível observar esta composição de elementos de outros meios nos registros de linguagens verbais, gestuais e audiovisuais encontrados do game *Ragnarök Online*. É interessante destacar que um game online não deixa de ser meios audiovisuais apenas por se adaptar a linguagem da Internet. Todavia, a hipermídia se torna característica pela participação do usuário no conteúdo, não apenas do plano cognitivo, como seria na construção de significações, como na constituição de novos conteúdos simbólicos, seja na comunicação, interação ou socialização.

Observa-se que no *Ragnarök Online* há coordenação de elementos da linguagem verbal e gestual dos quadrinhos. A linguagem verbal é identificada na diagramação dos textos e nos diálogos do quadrinho presentes no game online. Também se torna evidente na conversação

⁶³ SANTAELLA, Lúcia. A ecologia pluralista das mídias locativas. Dossiê ABCiber. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 37, dezembro de 2008, quadrimestral. pp.20-24, disponível em: <<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/view/5550/5034>> Acesso em:20/09/09

⁶⁴ A propósito das relações entre estas formações culturalmente tecnológicas (cibercultura, cultura midiática e gamecultura) é inevitável a retomada desta discussão nos tópicos seguintes.

entre jogadores, que fica registrada em caixas de *chat*, ou que aparecem em cima dos avatares dos interlocutores no momento em que são digitados (como seria nos diálogos dos quadrinhos). Como é visível na Figura 16, os balões de diálogo e os *emoticons* no *Ragnarök online* apresentam-se como uma forma híbrida entre o verbal e o visual. Os *emoticons* *beijo1* e *beijo2* são incorporados aos diálogos por meio de atalhos digitados no *chat* (/bj e /bj2). Além disso, a existência de “deixas simbólicas” na conversação entre jogadores, comprova que não existe um contraste tão evidente entre a interação face-a-face e a interação mediada, conforme aponta Thompson (2008, p.78).



Figura 16 – Formas híbridas: avatares usando o emoticom “Beijo”.

Já na Figura 17, o NPC Funcionária Kafra se apresenta em primeiro plano na forma de um desenho pictográfico, sendo um exemplo de registro gestual originário do manhwa dentro do jogo. A linguagem gestual, por sua vez, expressa o registro do traço do autor, neste caso, dos desenhos do manhwa. Podemos ver também (ainda na Figura 17, à esquerda da imagem) um chat aberto por outro jogador com intuito de pedir esmola – Esmola (1/20) –, que toma a forma de um balãozinho característico da linguagem dos quadrinhos. Torna-se claro aqui que o *Ragnarök Online* explora a linguagem híbrida dos quadrinhos.

A questão envolve ainda a compreensão de categorias fundamentais da semiótica peirciana – o que será novamente referido quando se articular sobre o intercâmbio de conteúdo em um tópico ulterior. Em uma exposição sucinta: sabe-se que o ícone é um dos signos da “segunda tricotomia dos signos” (PEIRCE, 2003, p.52) pertencente ao plano das ideias, que necessariamente se destitui de toda sua significação original para manifestar-se como signo. Pode-se, assim, entender como uma ideia, para realmente se fazer conhecer, transforma-se em um signo icônico, chamado também de “hipoícone”. Segundo Peirce (2003, 64) o hipoícone está relacionado em imagens, diagramas e metáforas.



Figura 17 – A Kafra em primeiro plano e balões de chat ao fundo.

Para Santaella (2005, pp.410-411), os diagramas mentais encontram-se implícitos na hipermídia. A implicação lógica destes pressupostos semióticos define que há evidência de um hipoícone também na mente dos jogadores, existindo um diagrama mental encontrado implícito na linguagem do *Ragnarök Online*. Da navegação por sites à imersão nos mundos virtuais há um esforço intelectual que produz um mapa cognoscível que delinea os caminhos percorridos na hipermídia. Desta forma, o jogador de *Ragnarök Online* que navega pelo mapa do jogo com seu avatar, estará navegando também no mapa originado em sua imaginação. Um mapa mental ou diagrama cognoscível.

Entretanto, este esforço intelectual seria demasiado, especialmente para os iniciantes – visto que a câmera do jogo é ajustável pelo próprio jogador, mudando-se o ângulo de visão constantemente –, existindo uma forma mais explícita desta categoria peirciana, criada para auxiliar a navegação no game online. Ele pode ser facilmente reconhecido pela imagem cartográfica do mini-mapa na interface do jogo, como demonstrado na Figura 18 (no canto superior da imagem). Este mini-mapa mostra onde o personagem do jogador, chamado avatar, encontra-se localizado no mundo virtual de *Ragnarök Online*.

Mostra-se na Figura 19 uma ampliação do mini-mapa, onde o avatar está representado por uma seta branca. Nota-se também a piscina da figura 18, onde o avatar esta adjacente, representada no mini-mapa da figura 19, como um quadrado azul-escuro com uma moldura cinza. O azul e a moldura cinza são qualidades da piscina que estão da mesma forma representadas no esquema do mini-mapa. Sendo assim, este mini-mapa é um hipoícone da classe diagrama, que na interface do jogo online, tem a função de poupar os jogadores do esforço mental de exercerem a navegação.



Figura 18 – O avatar ao lado de uma piscina...



Figura 19 – ...representados no mini-mapa do jogo.

O *Ragnarök Online* também possui qualidades da linguagem audiovisual dos jogos eletrônicos tradicionais. Contudo, não segue um roteiro único ou linear, nem estabelece uma narrativa clássica ou audiovisual. A narrativa da história existe na forma de *quests*, que são empreitadas ou aventuras que os jogadores são convidados a participar. Destaque para a palavra “convidados”. Percebe-se que os jogadores não se vêem obrigados a acompanhar uma narrativa, muitas vezes nem ligam para sua existência, e de forma automática apenas passam por ela a fim de conquistarem determinado objetivo (acesso a um mapa, ou item especial, que sem “fazer” a *quest* não seria possível apropriar-se). Em consequência, a exemplo do que se vê em *Ragnarök Online*, a linguagem hipermídia é interativa e tende a ser igualmente participativa. Todavia, conforme se pode enfatizar: “A interatividade é, deste modo, uma característica do meio, mas não uma garantia deste meio, pois depende dos usos que cada parte da relação comunicativa fizer” (RECUERO, 2001, online).⁶⁵

⁶⁵ Disponível em: <<http://pontomidia.com.br/raquel/teorica.htm>> Acesso em:16/02/2010

5 UMA ANÁLISE DO INTERCÂMBIO DE MATIZES DE MÍDIA E DA CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA NO GAME RAGNARÖK ONLINE

5.1 A INDÚSTRIA DEGENERADORA DE MITOS CULTURAL

Mitos como alegorias do passado transmitiam valores e significados por meio de histórias fabulosas de deuses e super-humanos capazes de sobrepujar problemáticas comuns a toda humanidade. A Indústria Cultural utiliza amplamente mitos como conceito de seus produtos midiáticos. Para Santaella (2006, p.39), este conceito criado pelos filósofos da escola de Frankfurt, compreende que “a produção dos bens culturais está inserida no movimento global de produção da cultura como mercadoria”. Na indústria do cinema, por exemplo, os filmes *Tróia* (2004) e *Arthur* (2004) são adaptações de lendas européias que proporcionam às massas imagens de batalhas épicas. Ainda hoje, estas lendas, sejam factíveis ou não, comovem as pessoas de todo o mundo.

O mito de Aquiles foi narrado pelo poeta grego Homero nos clássicos *A Ilíada* e *A Odisséia*. Curiosamente, o filme *Tróia* (2004) não mostra o envolvimento dos deuses gregos nos eventos da história, como faria o mito, concentrando a atenção no herói Aquiles que, desta forma, apresenta-se como um super-homem niilista (NIETZSCHE, 1957). A lenda gaulesa do rei Arthur, que recebeu infinitas adaptações durante os séculos, tem no filme *Arthur* (2004) uma visão particular da lenda do rei-herói e de seus cavaleiros, que buscam a liberdade dos serviços papais por meio de uma última missão. Guinevere que seria na lenda uma donzela prestes a casar com o rei, é uma prisioneira-guerreira da resistência, liderada pelo druida Merlin, não mais como o mago-guia do rei.

Nestes filmes épicos existe a adaptação dos mitos de um jeito particular. O mito é de tal modo destituído de sua originalidade, como se fosse despido de alguns elementos que povoavam suas histórias originais e revestido com uma roupagem nova. Nem por isso deixa-se de identificar elementos comuns entre a narrativa mítica original e a cinematográfica. Ressalta-se que estas adaptações ocorrem em outras categorias da Indústria Cultural, conforme demonstrado em um estudo monográfico, em 2005, a Publicidade se apropria dos mitos como esquema de criação; do mesmo modo, apresenta-se no presente trabalho, como o processo incide na indústria dos jogos eletrônicos, história em quadrinhos e animação.

Ragnarök, o Crepúsculo dos Deuses, é um episódio da mitologia nórdica que fala do dia em que os deuses iriam sucumbir perante seus inimigos. Tudo tem início com a morte de Baldur, “considerado o deus da inocência e da luz.” (LANG, 2003, p.181). Segundo Lang, Baldur era sábio, forte, belo, e não havia criatura no mundo que não o amasse. Todos, exceto Loki, o mentiroso, que armara sua destruição, impossibilitando até a ressurreição de Baldur (LANG, 2003, p.184). Lang diz que este sinistro foi um mau presságio para todos os deuses. “Sabiam que com a morte de Baldur o crepúsculo dos deuses tinha começado, que somente depois de passados séculos o ato de sua purificação e sua divinização seria realizado” (LANG, 2003, p.185).

Este mito serviu de conceito para a HQ coreana *Ragnarök*.⁶⁶ O que se observa é que não se trata de uma tradução, *per si*, da lenda de Baldur, mas a visão do autor do que seria uma continuação da lenda. O herói da HQ, Chaos, é a reencarnação do deus Baldur. Ele precisa redescobrir seus poderes divinos e assim enfrentar a contenda que se iniciou na vida anterior. Outros elementos e personagens do mito conceituam o ambiente da HQ, que tem um toque oriental. De tal modo esta e outras adaptações mitológicas demonstram como o mito é dilacerado de seu significado comum, ao menos de sua representação original.

5.2 O PODER DO MITO

Quais as razões para a apropriação dos mitos como conceito? Pergunta-se o porquê destas histórias fabulosas mesmo depois de séculos ainda conseguirem a aceitação das massas. A princípio, Henderson (1993, p.107) identificou elementos comuns à maioria das narrativas míticas e chamou-as de “temas simbólicos”. Eles seriam personagens e situações facilmente identificáveis com a vida real. Assim, a busca pela felicidade, o nascimento, o casamento, o retorno são todos temas simbólicos. Um destes temas simbólicos estudados por Campbell (S/D) seria o mito do herói, hoje e sempre, muito utilizado pela indústria cultural.

O mito difere das demais narrativas pelo seu conteúdo simbólico. Para Jung (1993, p.20), o símbolo neste sentido possui conotações especiais que vão além do seu significado convencional. As imagens simbólicas que aparecem em representações culturais distintas e também nos sonhos instigaram Jung a pesquisar a razão destas referências. Jung chamou

⁶⁶ O manhwa coreano é um estilo de histórias em quadrinhos (HQ) muito similar ao manga japonês.

estas imagens primordiais de “arquétipos”, por fazerem menção ao princípio da humanidade. “A sua origem não é reconhecida; e eles se repetem em qualquer época e em qualquer lugar do mundo – mesmo onde não é possível explicar a sua transmissão por descendência direta ou por ‘fecundações cruzadas’ resultantes da migração.” (JUNG. 1964. p.69). Assim, alguns destes temas simbólicos seriam universais, aparecendo em qualquer civilização, mesmo em culturas que nunca se misturaram com outras. Jung conseguiu entender como os mitos possuem significados universais independentes da cultura que derivam. Uma das razões para os temas simbólicos serem tão apelativos é por representarem modelos arquetípicos de personalidades e circunstâncias.

A indústria cultural constrói produtos midiáticos mais atraentes para as massas por meio de figuras mitológicas que representam arquétipos universais. Resta questionar as consequências deste processo de apropriação, afinal pode o mito ser infinitamente adaptado, não apenas habitando quaisquer mídias, mas perpassando-as, semelhante a uma entidade espectral? Neste ponto, o mito do *Crepúsculo dos Deuses* perde ou não seu conteúdo simbólico ao emprestar sua representação signica para compor o game *Ragnarök Online*?

5.3 SOBRE A DEGENERAÇÃO SIGNICA

Quando se demonstrou a degeneração conceitual do mito pela sua representação imagética nos anúncios publicitários, a análise semiótica permitiu alcançar uma correlação entre o significado das representações míticas, desde sua acepção à concretização nos anúncios publicitários (ver SOUSA, 2005). Atualmente, o que se vem observando é como a indústria dos games também se apropria dos mitos como esquema de criação, a exemplo do *Ragnarök Online*.

Neste embate, para a compreensão global do processo, remete-se novamente à análise semiótica. O valor desta análise é estabelecer não apenas uma leitura plástica do objeto, mas uma lógica sensitiva para a compreensão da produção deste conteúdo simbólico-mítico no jogo em questão. Em posse destes conhecimentos, o pesquisador pode entender que este processo utiliza os arquétipos míticos para reduzir estes diversos elementos a um sistema signico, chegando assim a degenerá-los.

Foi dito que as narrativas míticas representavam ideias. Entende-se por meio da semiótica que é impossível para a mente pensante transmitir uma ideia, sendo ela própria um

signo cognoscível, para outra mente se não pela sua manifestação signica. Assim, constituído pela prática semiótica, o signo é um elemento do plano de manifestação. Quer dizer, ele “tem uma materialidade que percebemos com um ou vários de nossos sentidos”, escreveu Joly (1996, p.32). Uma das definições de Pierce (2003, p.46,74) sobre o que é um signo diz que, para determinada pessoa alguma coisa encontrar-se no lugar de outra coisa.

Em suma: o mito é compreendido como um ícone e tem suas manifestações imagéticas caracterizadas por signos icônicos, ou hipoícones. Assim, a Semiótica ensina que o mito como hipoícone é reduzido a elementos simples, que o distancia de sua representação mitológica ideal. Sobre o processo de significação, Peirce (2003, p.164) diz que para a interpretação do signo mítico corresponder ao seu significado original é preciso que estas qualidades sejam reconhecidas como pertencentes ao seu mito. Contudo, estas manifestações que representam apenas alguns de seus elementos, não totalizariam a multiplicidade de seus elementos significantes, como faria na narrativa mítica original.

5.4 A DEGENERAÇÃO MÁXIMA DO MITO NA MATRIZ MIDIÁTICA DO GAME

A “degeneração” do mito pela indústria cultural, que se fez referência até então, é o processo pelo qual o signo mítico passa de sua forma natural para compor um signo icônico. Todavia, pode ocorrer também a migração (intercâmbio) do mesmo conteúdo mítico entre as mídias por meio das matrizes midiáticas.

De acordo com um estudo feito por Assis (2006, p.25), sobre jogos eletrônicos, demonstra-se a existência de conteúdos flexíveis criados para serem adaptáveis aos mais variados meios, chamando-as de “matrizes midiáticas”. No tocante aos signos icônicos, estas matrizes representariam qualidades reconhecíveis de um ícone, ou não seriam interpretadas como suas representações nos mais variados meios que foram adaptadas. Sendo assim, entende-se que estas matrizes midiáticas são conteúdos adaptáveis a quaisquer “matrizes de linguagem” (ver SANTAELLA, 2005).

Por exemplo, quando foram criados os mitos de Tróia e do Rei Arthur, eles foram adaptados a outras formas de linguagem além da oralidade, provavelmente para a literatura e pintura. Estas representações imagéticas iniciais originaram matrizes, que ao longo dos séculos foram sendo infinitamente adaptadas às mais variadas formas de linguagem que foram surgindo na história. Por fim, *Tróia* (2004) e *Arthur* (2004) representam a degeneração

máxima destes conteúdos míticos, em que a identificação dos mitos deve muito à existência de suas matrizes midiáticas.

Já foi dito que *Ragnarök*, o *Crepúsculo dos Deuses*, foi adaptado para a HQ, servindo-se de seu conceito mítico. Em seguida ele originou um jogo online, já baseado no quadrinho, não no mito nórdico. Entende-se que o conceito mítico é transmitido pela matriz midiática do quadrinho para o jogo online, agora por intermédio da matriz midiática *Ragnarök*. Por fim, esta matriz originou um desenho animado chamado *Ragnarök The Animation* (no Brasil foi ao ar em 03 de julho de 2006 pelo Cartoon Network); este anime, por sua vez, foi baseado na matriz oriunda do jogo online, demonstrando elementos imagéticos referentes a ele.

Entretanto, esta transmissão de conteúdos não incide sem implicações para os agentes midiáticos envolvidos no processo. Ela é responsável por modificar a própria linguagem dos meios inter-relacionados. A “interpenetração dos meios” foi observada por McLuhan (1979, p.67), fenômeno chamado por ele de hibridização, ou, a convergência dos meios de comunicação. Ele já indica como o surgimento de uma nova mídia modifica a linguagem das anteriores. Da mesma forma que, pela convergência de outras mídias no ciberespaço, existiria uma linguagem originada na era digital responsável pela mediação signica nos games online.

5.5 A ANÁLISE DO HIPOÍCONE E DAS MATRIZES EM RAGNARÖK ONLINE

Por muito tempo a palavra de origem germânica antiga “ragnarök” foi traduzida pelo termo “o crepúsculo dos deuses”, embora na atualidade pesquisadores da cultura nórdica deferissem seu sentido como “destino dos deuses”.⁶⁷

Existe uma história por traz do câmbio etimológico entre “Crepúsculo dos Deuses” e “Destino dos Deuses”. No século XIX, o compositor alemão Richard Wagner eternizou o termo na quarta ópera de sua tetralogia *O Anel do Nibelungo*. A obra de Wagner chama-se *Götterdämmerung*, que em alemão significa “crepúsculo dos deuses”. O revolucionário musicista alemão encontrou na ópera uma forma de criticar os costumes e tradições de sua época. Wagner buscou inspiração em poemas e manuscritos medievais antigos, muitos dos quais retratavam a mitologia nórdica. No cômputo da coletânea de poemas chamados *A Edda*

⁶⁷ Encontram-se referências no Wikipédia e também no Texto do Festival de Ópera de Manaus de 2005, disponível em: <<http://www.movimento.com/mostraconteudo.asp?mostra=5&codigo=799>> acessado 31/07/2009. Existe ainda um interessante e curto estudo descrevendo a influência da mitologia nórdica em Wagner, disponível em: <<http://www.viking.ucla.edu/volsungs/wagner.html>> acessado 31/07/2009.

*Poética*⁶⁸, Wagner teria se inspirado no poema *Völuspá* – “as profecias da mulher sábia”, onde se encontra referência ao acontecimento conhecido por “ragnarök”. Segue a comparação entre três versões do trecho 44 de *Völuspá*, em que se destaca o termo:

Völuspá
(original em nórdico antigo)

...
44. Geyr Garmr mjök | fyr Gnípahelli;
festr man slitna, | en freki renna.
Fjöld veit hon fræða, | fram sé ek lengra,
um **ragnarök**, | römm sigtíva.

Völuspá
"The Wise Woman's Prophecy"
(tradução: Henry Adams Bellows)

...
44. Now Garm howls loud | before Gnipahellir,
The fetters will burst, | and the wolf run free;
Much do I know, | and more can see
Of the **fate of the gods**, | the mighty in fight.

A Profecia da Mulher Sábia
(tradução: Igor Ramady a partir de Henry Adams Bellows)

...
44. Agora Garm uiva alto | diante de Gnipahellir,
As correntes estourarão, | e o lobo corre livre;
Muito eu sei, | e mais posso ver
Do **destino dos deuses**, | os poderosos em luta.

A empresa apresenta em seu site, de forma bem sucinta, sua interpretação do “ragnarök”, a passagem da mitologia nórdica que ficou conhecido popularmente como “o crepúsculo dos deuses”:

O sol e a lua, Sol e Mani, são finalmente consumidos pelos dois lobos míticos que os perseguem pelos céus (estes lobos, de acordo com a mitologia, são os causadores dos eclipses solares e lunares). Quando Sol e Mani são devorados pelos lobos, a terra treme, e assim vários seres, incluindo Loki e Fenrir, (um de seus muitos filhos,

⁶⁸ Uma tradução em inglês de *A Edda Poética*, feita por Henry Adams Bellows, encontra-se no projeto CyberSamurai.net, disponível em:

<http://www.cybersamurai.net/Mythology/nordic_gods/LegendsSagas/Edda/PoeticEdda/Index.htm#en> Acesso 31/07/2009.

Versões em português encontram-se disponíveis em:

<<http://parahybapagan.wordpress.com/2008/02/29/edda-poetica-voluspa/>> Acesso em 21/09/09

<<http://otroth.org/?p=89>> Acesso em 21/09/09

<<http://parahybapagan.wordpress.com/2008/02/29/edda-poetica-voluspa/>> Acesso em 21/09/09

um gigantesco lobo) são soltos, desencadeando o Ragnarök. Os Aesir alertados juntam-se aos Einherjar, os valorosos guerreiros mortos, e aos Vanas, os espíritos naturais, e rumam ao campo de Vigrid, onde, há muito tempo atrás, havia sido predito que a última batalha tomaria forma. (A HISTÓRIA DE RAGNARÖK)⁶⁹

Entender-se-á a lógica de criação do conceito do *Ragnarök*, por meio de sua matriz midiática, da mesma forma como uma HQ cedeu seu conteúdo para a criação de um game online. Como o mundo mito-poético criado pela HQ coreano serviu de conceito para a criação do game online e em seguida ganhou sua versão anime para TV, o *Ragnarök The Animation*.

A partir da análise da história e de personagens da HQ, desde a apropriação conceitual do mito nórdico até sua interpenetração nas mídias do jogo online e do anime, percebe-se que a história da HQ não é a mesma da narrativa mítica, mas uma forma de continuação na visão do autor. Na HQ o herói Chaos é a reencarnação do deus Baldur, ele encontra-se sem memória e em situações de perigo que o forçam a retomar seus poderes. Sendo assim, a imagem de Chaos seria uma apropriação da lenda de Baldur e uma degeneração do mito original.



Figura 20 – Chaos: o guerreiro e o mito.
FONTE – Capa do HQ Ragnarök, vol.1, Ed. Conrad, outubro/2004.

A lenda de Baldur foi alterada para compor um quadrinho; seus elementos originalmente nórdicos, aspectos da cultura viking, foram degenerados e misturados com elementos da cultura oriental. Na Figura 20 temos a capa do primeiro volume da HQ Ragnarök distribuído

⁶⁹ A HISTÓRIA DE RAGNARÖK. Disponível em:
 <http://games.levelupgames.uol.com.br/ragnarok/guia_jogo/primeirospassos_historia_ragnarok.php>
 Acesso:22/09/09

no Brasil pela editora Conrad. Nesta imagem o herói utiliza uma arma do tipo kataná, a espada utilizada pelos samurais (casta de guerreiros japoneses) demonstrando parte da miscigenação cultural que participa da criação do hipoícone. O estilo do traço da HQ também corrobora para este cruzamento de referências entre civilizações distintas.

Para a cultura japonesa, a espada representava o espírito do samurai, o que comumente associa o artefato a esta casta social do período feudal japonês. No ocidente europeu, a espada ficou associada à imagem do cavaleiro medieval, juntamente com a armadura completa, escudo e lança. O duelo civilizado entre cavalheiros (gentlemen) era uma prática comum desde então. Hoje, a arte da espada ou esgrima deixou de ser uma prática puramente militar para se tornar uma arte elitista. A espada simboliza na atualidade o guerreiro e a nobreza de seu espírito.

Portanto, nota-se que a imagem de Chaos também tem seu aspecto simbólico. Ela representa o arquétipo do guerreiro, ao reunir em sua representação elementos usualmente associados a esta figura arquetípica: a espada e a armadura desgastada. Logo, Chaos, ao unir elementos que configuram uma representação arquetípica, torna-se também uma metáfora visual. A metáfora que seria para Peirce a segunda forma degenerada do ícone.

Percebe-se entre o jogo online e a HQ a existência de elementos sógnicos comuns e adaptados. No primeiro volume da HQ Chaos tem sua espada transformada em Tirfing pela sua jovem companheira Iris. Tirfing no jogo Ragnarök Online é um monstro na forma de espada do tipo mini-chefe. No mesmo volume ele utiliza um ataque chamado Impacto Explosivo que é uma habilidade comum à classe de personagem Espadachim do jogo online. Sendo assim, Chaos aparece tal qual um personagem iniciante do jogo online e na medida em que ele recobra sua memória começa também a utilizar habilidades das classes mais evoluídas dos Espadachins que seriam os Cavaleiros e os Lordes.

Ainda analisando as matrizes oriundas do mito, observa-se o papel do personagem Loki na narrativa da HQ. Ele é um Algoz, isto é, um integrante do clã dos assassinos, que se torna um dos aliados de Chaos após confundi-lo com o responsável pelo massacre de seu clã. Já nas narrativas míticas da antiguidade Loki era o antagonista declarado dos deuses. “Na mitologia nórdica, temos um deus inteiramente traiçoeiro e maligno, sempre o vilão ardiloso, malvado, vingativo e cruel” (LANG, 2003, p.180). Não é espanto algum ele ter armado o assassinato de Baldur no mito, sendo o principal responsável pelo *Crepúsculo dos Deuses*.

Na narrativa da HQ, o evento do *Crepúsculo dos Deuses* já ocorreu; Baldur morre e retorna como Chaos. Da mesma forma que Chaos, Loki é um super-guerreiro misterioso. Contudo ele representa o lado negro do arquétipo do guerreiro. Ele é responsável pela morte

de uma garotinha que toma a frente de um de seus alvos (volume 5 da HQ). Loki alia-se a Chaos, ainda sem confirmar se ele é o responsável pela tragédia de seu clã, por seus próprios motivos. O surgimento do personagem Loki é uma incógnita, que nos 20 volumes publicados pela Editora Conrad no Brasil permanece sem resposta.

Loki é um dos personagens da HQ que mais se assemelha a um personagem do jogo online. Ele representaria a classe Algoz do *Ragnarök Online*, equipando uma armadura de ossos e uma Adaga Sinistra, além de utilizar um ataque no volume 8 da HQ chamado Retalhador de Almas, mesma habilidade da classe Algoz do jogo online. Todas são elementos que representariam qualidades adaptadas entre estas mídias.

Outro personagem da HQ significativa para o estudo é a feiticeira Fenris Fenrir. Juntamente com a jovem monja Iris, ela faz um trio amoroso com Chaos. Na narrativa da HQ, Fenris era a amante reencarnada de Baldur, mas ao contrário dele, ela não perdera a memória e auxilia o protagonista a aceitar seu destino. Já na mitologia nórdica Fenrir era um personagem bestial, um lobo gigantesco, que viria a devorar o próprio Odin, o soberano dos deuses nórdicos.⁷⁰ Lembrando o fato de Fenrir ser um lobo no mito, seus trajes na HQ possuem motivos lupinos. Ela representa no game online as classes arcanas: Magos, Bruxos, Arquimagos, Professores e Sábios. É possível entender isso logo no primeiro volume quando Fenris utiliza a habilidade Lanças de Fogo. E nos 20 volumes da HQ ela serve-se de um vasto leque de habilidades mágicas, entre elas a Rajada Congelante e a Chuva de Meteoros.

Sobre a análise da degeneração do mito nos deteremos nestes três personagens da HQ. Aponta-se a existência de outras classes de personagens que também estão representadas no game online. Eles tornam-se perceptíveis como matrizes midiáticas por suas vestimentas, equipamentos e habilidades de combate. Além disso, as cidades, monstros e NPCs⁷¹ do *Ragnarök Online* foram adaptados da HQ.

Por exemplo, no volume 15 da HQ os personagens estão viajando para a República de Swartzward em um aeroplano, quando a nave é atacada. O mesmo evento ocorre no jogo online. Na Quest⁷² o Segredo do Aeroplano⁷³, os personagens dos jogadores precisam auxiliar o Capitão Ferlock a conter o ataque de Gremilins. Como vemos na figura 21 e 22 o NPC do

⁷⁰ Do artigo online *Ragnarök – A mitologia*, em Ragnawiki. Disponível em:

<http://sites.levelupgames.com.br/ragnarok/wiki/viewarticle.asp?article_id=91>

⁷¹ NPC, sigla para, *Non Player Character*, ou seja, personagem não jogador. Avatares controlados/programados pelo sistema do jogo.

⁷² Quests (inglês, “empreitadas”) são aventuras que precisam ser ativadas pelos jogadores em determinados NPCs. Elas correspondem a histórias narradas no jogo, algumas bem simples e curtas, outras complexas e longas, muitas vezes implicando em lutar contra monstros.

⁷³ Quest do Segredo do Aeroplano, disponível no fórum oficial do jogo:

<<http://sites.levelupgames.com.br/FORUM/RAGNAROK/forums/t/141087.aspx>>

Capitão do Aeroplano é o mesmo personagem da HQ. Todo o evento é adaptado ao jogo online na forma de Quest.



Figuras 21 e 22 – Capitão do Aeroplano: NPC e personagem da HQ.

FONTE – Imagem capturada do jogo Ragnarök Online, LevelUp! Games. Capa da HQ Ragnarök, vol. 15, Ed. Conrad, maio/2005

Quando se assiste o anime feito para televisão logo se percebe que a história não segue a mesma narrativa do manhwa, apenas ambienta-se no mesmo mundo mito-poético criado por Lee Myung Jin. O anime fala das aventuras do espadachim iniciante Roan e da noviça Yuffa. Nas imagens das Figuras 23 e 24, vê-se Roan carregando com dificuldade muitos pacotes dados por Yuffa, freneticamente comprando coisas no mercado da cidade. O balão que aparece na Figura 23, com um rostinho e uma gota de suor descendo, expressa seu esforço, o outro na Figura 24 é uma expressão de espanto. Remetendo aos balõezinhos de dialogo dos quadrinhos, estas expressões foram diretamente apropriadas dos *emoticons* do game *Ragnarök Online*.



Figuras 23 e 24 – Emoticons “Gota” e “Uau!”, referência direta ao game online.

FONTE – Imagens capturadas do anime Ragnarök The Animation, Cartoon Network.

Exatamente como ocorre entre a HQ e o jogo online, existem representações imagéticas que fazem referências diretas entre o jogo online e o anime. Não há menor dúvida sobre a qual classe pertence Roan; ele está representado no anime pelas suas vestimentas idênticas à classe Espadachim do Ragnarök Online. Além disso, os próprios personagens no anime evoluem exatamente como no jogo online. Roan, por exemplo, opta pela classe dos Templários, utilizando habilidades como Redenção e Cruz Divina presentes no jogo online. Por fim, no desenvolvimento da história do anime, eles encontram diversos personagens do game online, como o Bafomé, um poderoso MVP.⁷⁴

5.6 MATRIZES MADE IN GAMECULTURA E O PRELÚDIO DA ALVORADA DOS AVATARES

Os mitos são destituídos de sua originalidade e plena significação servindo de conceito para os produtos midiáticos da indústria cultural; este processo de degeneração torna o *Ragnarök* um signo icônico, ou ícone degenerado, também chamado por Peirce de hipoícone; o hipoícone *Ragnarök* por sua vez origina uma matriz de mídia capaz de transmitir o conceito do mito pelas mídias da HQ, jogo online e anime.

Entende-se que as matrizes de mídia são conteúdos sógnicos conformados para serem transmitidos e adaptados entre matrizes de linguagens, o que parece sensivelmente relacionada com a questão da tradução intersemiótica. Há de se discutir, entretanto, o que tradicionalmente é compreendido por meio da “tradução intersemiótica”, até que ponto se deve articular sobre a palavra “tradução”, relacionada à degeneração signica e a transferência de matrizes.

Cita-se, por fim, a versão “Verona Beach” de uma obra shakespeariana: o filme *Romeu + Julieta* (1996), é outro exemplo claro destas adaptações de matrizes, entre teatro, literatura e cinema, que coincide com a tradução intersemiótica. Por vezes, depara-se com aquilo que chamam “tradução livre”, a exemplo do faroeste *Sete Homens e um Destino* (The Magnificent Seven, 1960), adaptação do filme *Os Sete Samurais* (Shichinin no Samurai, 1954). Ainda que haja similaridades entre as obras, ambas representam características próprias das

⁷⁴ MVP, sigla norte-americana utilizada nos esportes como basquete e baseball, identifica o jogador de mais valor naquela temporada, o *Most Valuable Player*. No Ragnarök Online representaria o jogador que vencesse os “chefões” mais poderosos, no entanto estes próprios monstros ficaram rotulados por MVPs.

culturalidades originárias (o faroeste americano e o feudalismo japonês). Qual seria, afinal, o limiar entre a tradução e a criação, entre o degenerado e o novo?

Ressalta-se, outra vez, é distinta a degeneração sígnica, tão cara à indústria cultural, dos processos de intercâmbio de conteúdos e linguagens, que se encontram, na atualidade, amplamente praticados pelas mídias, especialmente em meio às transformações socioculturais instigadas pela cultura digital, de acordo com o que Santaella (2002, p.49) escreveu atribuindo à Cultura das Mídias “uma dinâmica cultural distinta da cultura de massas, quer dizer, uma dinâmica que se tece e se alastra nas relações das mídias entre si”. Portanto, destaca-se o estudo das matrizes como sendo importantes para compreensão da própria Cultura Midiática.

A mitologia nórdica é rica em elementos simbólicos. Estes elementos são destituídos de toda sua significação original, tornando-se ícones de consumo para as massas. Apesar disso a indústria cultural está inegavelmente massificando estes elementos simbólicos, mesmo que alterados em parte nas adaptações midiáticas dos quadrinhos e audiovisuais, pela dinâmica da cultura midiática. Um conteúdo que de outra forma poderia não alcançar determinado nicho cultural, ganha outra oportunidade no hipoícone e nas adaptações de matrizes midiáticas.

Ragnarök, o Crepúsculo dos Deuses, seria o dia em que as divindades nórdicas encontrariam seu fim. Mitos e lendas fizeram com que estes deuses perdurassem por séculos por meio de suas representações. Hoje, os deuses ressurgem por meio do hipoícone que conceitua os produtos midiáticos e, em meio à era digital, eles ganham um novo palácio de ouro na alvorada dos avatares.

6 A PROPÓSITO DA NOVA COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA

A fim de criar um alicerce para a análise da emergência de relacionamentos e comunidades virtuais no BRO, este capítulo discutirá a questão dos processos comunicacionais na mídia interativa do game online. Para os devidos fins “processo” refere-se aqui a algo em andamento, movimento, dinâmico, mas passível de descrição. A observação de um processo estabelece que este seja parado, congelado, posto em um estado passível de visualização e análise de seus elementos (ver BERLO, 2003, p.25).

Todavia na suposição destes processos de comunicação, interação e socialização dentro dos games online serem conformadoras de relacionamentos e comunidades virtuais, opta-se pela abordagem netnográfica. Que se observe a evolução de seus relacionamentos, ou como estes atores constroem suas histórias cotidianas, estabelecem suas relações e trabalham para a superação dos anseios que as relações, ditas virtuais, estabeleceriam a princípio, como a confiança, vínculos emocionais efêmeros e o familiar sem tatilidade.

Neste capítulo será abordada a teoria sistêmico-relacional e o desígnio de um modelo de comunicação compreensivo da temática da pesquisa. A partir da distinção entre *interação mútua* e *reativa* em Primo (2007), a discussão envolverá desde a interação com o software do game até a interação entre jogadores imersivos, e a importância da comunicação como “cola social” (MAFFESOLI, 2003). Será possível entender a necessidade de se abranger um novo modelo comunicacional, idealizado por Nicolau (2008), chamado *Fluxo, Conexão e Relacionamento*.

6.1 UM LIMAR ENTRE AS TEÓRIAS SOCIAIS: A COMUNICAÇÃO, INTERAÇÃO E SOCIALIZAÇÃO CONTEMPORÂNEA

A pesquisa busca de tal modo reconstruir as ideias de comunicação, interação e socialização, a fim de que estas atuem como instrumentos de reflexão para a emergência de relacionamentos e a construção de comunidades virtuais; pressupõe-se que a mesma tríade conceitual poderia igualmente lançar uma luz em outras manifestações cibernéticas e demais formas de agrupamentos eletrônicos em ambiências virtuais.

6.1.1 Da Comunicação

Em primeiro lugar. Ao investigar o conceito de comunicação Duarte (2003) observa a atribuição de seu significado etimológico. Comunicação, então, pode ser compreendida em meio a abstração dos termos que formam a palavra. Uma descrição do vocábulo ortográfico expressa o ato ou efeito de comunicar (comunica-ção)⁷⁵. Na ideia de *comunicar*, não no sentido relacionado a pura transmissão de informação, mas como uma forma de estabelecer uma *conexão*⁷⁶. Partindo deste princípio, Duarte (2003) compreende a emergência de um macroconceito chamado comunicação, a partir do entrelaçamento das ideias como *tornar comum, estar em relação, comungar, pertencente a muitos*.

Maffesoli (2003) parece procurar constituir um mesmo significado para comunicação com as ideias de comunhão e compartilhamento. Na verdade para este sociólogo a comunicação estaria implícita no seu conceito de socialidade. Compreendendo “comunicação” enquanto fenômeno midiático, na opinião do autor a expressão teria o mesmo sentido de “informação”, ou seja, “dar forma”. (Maffesoli, 2003, p.14). Ele pensa em como se é formado pelos meios de comunicação na sociedade contemporânea. Muito similar à linha de pensamento de Silverstone (2005, p.28), que questiona como a experiência cotidiana é formada e o papel das mídias em sua formação.

A mídia é uma gigante fonte de informação, daí incide seu papel social e no processo de mediação, uma outra forma de enxergar a comunicação. De acordo com Silverstone (2005, p.33) a mediação é responsável pelo movimento e transformação de significados. Thompson (2008, p.25) – muito mais incisivo –, reconhece que a produção de formas simbólicas por uma indústria midiática destaca uma quarta formação de poder, o “poder simbólico”. O autor diz que essa expressão refere-se à capacidade que a produção e transmissão de formas simbólicas teriam de modificar as pessoas e induzir acontecimentos.

Menciona-se no início do tópico para não se pensar na comunicação apenas como uma forma de transmissão, ainda mais porque a comunicação tem a capacidade de transformar seus agentes envolvidos.

⁷⁵ FERREIRA, Aurélio. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira S.A., s/d. p.356.

⁷⁶ DICIONÁRIO CONTEMPORÂNEO DA LÍNGUA PORTUGUESA. Caldas Aulete (digital). Desenvolvimento MGB Informática Ltda. <www.mgb.com.br> Consulta em:04/02/2010

6.1.2 Da Interação

Berlo (2003) cita a interação como o objetivo da comunicação interpessoal. Interação no sentido de uma ação que duas pessoas exercem mutuamente, ou uma ação recíproca⁷⁷. Seu ponto de vista para a interação remete ao sentido que as expressões intercâmbio, influência mútua e reciprocidade lhe podem aferir. “Em qualquer situação de comunicação, fonte e receptor são interdependentes” (BERLO, 2003, p.109). Todavia, a comunicação também pode ser entendida a partir de múltiplas interfaces comunicacionais, sendo a comunicação interpessoal ou face-a-face apenas uma delas. O processo de comunicação ocorre entre sistemas, sejam eles interpessoais, sociais ou informacionais.

Thompson (2008, p.78) considera três tipos de interação: a interação face-a-face, a interação mediada e a quase-mediada. A interação face-a-face representa o contexto da co-presença, de caráter dialógico (permitindo a ida e volta do fluxo de comunicação), a qual os participantes podem empregar gestualidade e expressões corporais – chamadas por Thompson de deixas simbólicas. A interação mediada também tem caráter dialógico, mas os participantes utilizam um meio técnico – como telefone ou carta – e encontram-se separados no espaço e/ou tempo, ocorrendo desta forma um estreitamento de deixas simbólicas. Por ultimo, as interações quase-mediadas, ou quase-interações, são aquelas direcionadas a uma infinidade de receptores, sendo caracterizadas pelo autor de monológicas, e o fluxo de comunicação é predominantemente de sentido único.

Uma crítica a estes tipos de interação de Thompson é que eles esgotam os cenários possíveis de interação, diz Primo (2007, p.19). Todavia, os conceitos de dialógico e monológico interessariam aos estudos de Primo sobre a interação mediada por computador:

A análise de Thompson não aborda os meios apenas no tocante a transmissão ou irradiação. Procura, isso sim, pensá-los em suas capacidades em mediar a comunicação (a ação compartilhada). Sua argumentação é importante na medida que destoa do discurso tecnicista marjoritário nas discussões sobre interações mediadas. (PRIMO, 2007, p.22)

Primo (2007) diferencia a interação mediada entre os participantes daquela existente entre eles e os sistemas informacionais. Para Primo a máquina (compreendida como um sistema informacional) possui interação a nível reativo, possibilitando uma predição de sua

⁷⁷ FERREIRA, Aurélio. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira S.A., s/d. p.774.

reação pelos interagentes. Já a ideia de interação mútua (interdependente) explica também a forma imprevisível das reações que os organismos complexos envolvidos na relação podem produzir. A abordagem sistêmica-relacional de que fala Primo auxilia a compreensão dos relacionamentos emergentes em mundos virtuais e do papel da máquina no processo de comunicação.

É possível ilustrar os dois tipos de interação reativa e mutua, por meio de duas metáforas encontradas em Capra (2002): a primeira é a da molécula do açúcar e a outra da pedra e do cachorro. Capra diz que o sabor doce do açúcar não se encontra na molécula de açúcar, nem na língua isoladamente, mas na interação entre elas, na reação química, que ocorre a sensação do doce.

Capra fala sobre o conceito de acoplagem estrutural. Para o autor: “Essa acoplagem estrutural, tal como a definem Maturana e Varela, estabelece uma nítida diferença entre os modos pelos quais os sistemas vivos e os não-vivos interagem com o ambiente” (2002, p.51). O autor diz que quando uma pessoa desfere um pontapé em uma pedra é possível prever a reação linear dos eventos. Inclusive calculando sua trajetória. Já quando se golpeia do mesmo modo um cachorro, existe uma reação de eventos imprevisíveis, reação não linear. Certamente a história é de um tom negro – e ninguém quer pensar em agressão de animais. Nada obstante, sua simplicidade é profundamente ilustrativa dos tipos de interação reativa e mutua.

6.1.3 Da Socialização

Há ainda que se pautar neste tópico a respeito do papel da socialização nos games online e como está entrelaçado este conceito sociológico aos conceitos de interação e comunicação abordados. Assim, similar à forma que se definiram as duas outras categorias, socialização é apresentada primeiramente em sua forma etimológica. O que é isso que chamam socialização? Senão, uma forma de ação social (socializa-ação), mais especificamente seria o processo de *integração* dos indivíduos ao grupo. Assim, a ideia de socialização esta inserida na função de *integração social*⁷⁸.

De fato, a socialização, nestes termos, tem o mesmo significado que apresentaram os autores sobre a comunicação no sentido de compartilhamento. Não só como uma forma de

⁷⁸ FERREIRA, Aurélio. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira S.A., s/d. p.1315.

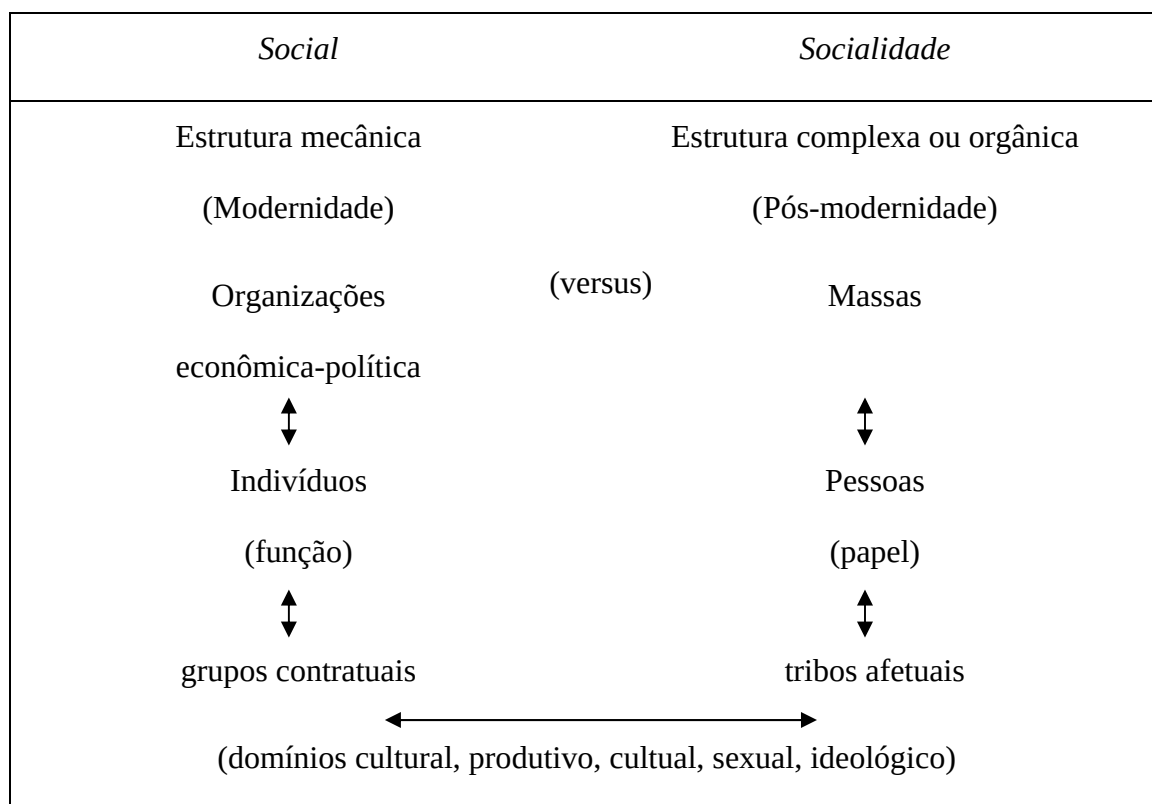
engajamento social, mas como ao fazê-lo, os indivíduos também estariam sendo constituídos como ser-social. É a partir desta interação com os outros membros de um grupo social, que ocorrem certamente nas trocas comunicacionais, que se é influenciado pelo grupo, para desta forma ser parte dele. Mas pode-se pensar em como as novas mídias, conformadoras de novas ambiências sociais eletrônicas, seriam determinantes para o surgimento na atualidade de uma nova forma de socialização.

Maffesoli (2006) tona-se pioneiro na observação de uma nova forma de socialização contemporânea, a qual denomina *socialidade*. Nisso, Lemos (2004a) aponta a importância da fenomenologia social de Maffesoli, que se apóia na descrição do social, para se compreender a própria sociedade contemporânea. A abordagem sociológica maffesoliana compreende não um devir social, mas a observação das “formas” sociais vigentes, adaptando-se a uma filosofia “pé-no-chão”. Assim, para compreender-se o que Lemos entende por *cibersocialidade contemporânea* é necessário retomar em Maffesoli como a “aura” da sociabilidade moderna cede lugar à socialidade pós-moderna.

Na contemporaneidade ele reconhece uma mudança de paradigma social e como mostra Maffesoli (2006) os vínculos formais não são os únicos que tecem laços na grande estrutura social. Existem na vida cotidiana laços criados entre as pessoas, conexões que aparecem espontaneamente, tecendo grupos mais ou menos definidos. O autor observa que a massa na verdade é constituída de pequenos grupos (segmentação) amparados pelo espírito comunitário, com a tendência a se protegerem e se agruparem em segredo.

Encontram-se os mais variados exemplos: desde a conversa casual que ocorre na fila do banco ou no ponto do ônibus em um dia qualquer; no resquício de interioridade de algumas pessoas no hábito de colocar cadeiras de frente de suas casas para conversarem com os vizinhos; nas reuniões por algum interesse em comum (um gosto, uma afinidade talvez), que formam grupos mais ou menos definidos, ofertando aos indivíduos certa qualidade, uma sensação de pertencimento, de comunidade. São fenômenos cotidianos, portanto, que exemplificam a socialidade, demonstrando como ela é importante para a vida social. Esse sentimento de “estar junto”, instinto de ligação afetiva que constrói os grupos, as comunidades, inerente ao inconsciente coletivo da sociedade como um todo. Favorecendo o tribalismo contemporâneo, novos agrupamentos sociais, que lembram os clãs primitivos.

O quadro a baixo, presente em seu livro, sintetiza a ideia geral do autor sobre Pós-Modernidade e Socialidade:



Quadro 3 – Síntese maffesoliana para socialidade e pós-modernidade

Na visão de Maffesoli a forma do social descoberto na Modernidade seria distinta da nova forma da socialidade que aparece na Pós-Modernidade. Segundo este autor, “assistimos tendencialmente à substituição de um *social* racionalizado por uma *socialidade* com dominante empática.” (2006, p.39). Entende-se a socialidade, como a nova forma de socialização contemporânea. É certo que se pode esboçar por meio de Maffesoli uma linha conceitual entre os termos comunicação e socialização. Para Maffesoli (2003, p.1), “a comunicação é que nos liga ao outro”. “A Comunicação”, escreveu o autor (MAFFESOLI, 2003, p.13), “é o cimento social”.

Enquanto a cibercultura, diz Lemos (2004a), não se manifesta apenas na comunicação por dispositivos informacionais, ela se expressa também na música tecno, nas festas haves, nos otakus japoneses, na “contracultura” hacker, no espírito de compartilhamento da internet. Segundo Lemos, a cibercultura origina uma nova forma de socialização virtual, que, no dia-a-dia das pessoas, faz o cotidiano ser cada vez mais informatizado.

Há uma miríade conceitual para o que se entende por comunicação, interação e socialização. O objetivo aqui foi retratar como estes conceitos são tão complementares quanto distintos. As novas mídias, a exemplo do game *Ragnarök Online*, são conformadoras de uma nova forma de comunicação, que une pressupostos interacionais dialógicos com meios

tradicionais de propagação de informação, o que torna complexa a compreensão dos fenômenos técnicos e sociais determinados em suas ambiências digitais.

Existe um algo mais em games desta categoria, que os torna tão fascinantes. Conclui-se preliminarmente que sua compreensão esteja voltada para aquilo que une os jogadores em um fazer comum, um sentimento de compartilhar.

6.2 UM NOVO MODELO COMPREENSIVO DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

Justifica-se a necessidade de se aplicar um novo modelo comunicacional, a princípio porque “os modelos são indispensáveis para o entendimento de fenômenos complexos” (SANTAELLA, 2006, p.48). Assim, os próprios fenômenos emergentes no ciberespaço, nas novas ambiências virtuais (como há de ser também em um mundo virtual de um game online), se tornaram difíceis de compreensão. Outro fator relacionado refere-se ao próprio despertar da epistemologia da comunicação.

Frente às variadas transformações que as novas mídias estão configurando no cotidiano das pessoas, poderia se pensar no deslocamento do próprio objeto da comunicação. Duarte (2003) fala da localização de um novo objeto da comunicação, que não se encontra mais nos meios de comunicação em si, mas nas novas relações determinadas pela comunicação, na emergência de um terceiro plano construído após o encontro entre as partes.

Nicolau (2008) sugere um modelo que supere as limitações dos tradicionais, ao entender essa necessidade de compartilhar das novas mídias interativas e que estes novos sistemas midiáticos não são mais causadores de isolamento social. “Essa nova realidade midiática e comportamental está exigindo de nós, pesquisadores da Comunicação, a construção de novos modelos de comunicação que permitam uma compreensão mais apropriada desse processo.” (NICOLAU, 2008, p.39).

Segundo Nicolau (2008), as mídias interativas se destacam pela a criação de um fluxo contínuo de comunicação, permitindo múltiplas conexões e a origem de relacionamentos. De fato, conforme Alleria, em uma entrevista produzida pela Level Up! na Campus Party 2010, fala sobre uma das maiores dificuldades sentidas em 2 anos de atividade como ex-moderadora de fóruns oficiais da Level Up!. Segundo Alleria, o maior desafio foi o fluxo de informação

produzido por 80 mil usuários conectados.⁷⁹ Outro ponto reconhecido é a aptidão de alguns jogadores em utilizarem mídias variadas (fóruns, programas de conversação e meios tradicionais) para manutenção dos vínculos que os unem.

Nicolau diz ainda que os novos sistemas comunicacionais tornaram-se mídias de relacionamento, as quais se notabilizam em três tipos distintos:

- a) relacionamento cooperativo: em que as pessoas passam a ser produtoras de conteúdo;
- b) relacionamento mercadológico: justificado pela necessidade de negociações;
- c) relacionamento participativo: formado a partir de grupos de interesse.

Há de se dizer que os tipos de Nicolau são baseados no que caracteriza a relação entre as partes constituintes da relação, ou seja, ele procura distinguir os desígnios do meio a partir do princípio que rege a prática. Não que uma forma exclua por completo a outra, como o próprio autor justifica – o que descartaria, por assim dizer, um aspecto intrínseco dos meios de entretenimento interativo online: o hibridismo tecnológico e cultural.

No modelo de Nicolau, o fórum do BRO pode ser compreendido como uma forma de relacionamento cooperativo, sendo a característica distinta do meio a produção de conteúdo pelos próprios jogadores. Isto não exclui a presença de moderadores no fórum, muito menos que o jogador tenha que obrigatoriamente creditar tempo de jogo para ter direito a participar efetivamente do fórum – para ter o direito de responder e abrir seus próprios tópicos.

Já o game *Ragnarök Online* seria uma mídia interativa produtora de relacionamentos participativos, originados pela semelhança de afinidades entre os jogadores. De forma semelhante ao fórum oficial do jogo, o game online não elimina os demais aspectos, como se identifica nas negociações entre jogadores (mercados virtuais) e com a própria empresa (compra de crédito para o jogo). Ainda mais ocorre a presença de *Game Masters* (GM), que são similares ao papel dos moderadores do fórum, sendo os representantes da empresa dentro do jogo.

Poderia se pensar em uma multiplicidade de princípios que regem cada relacionamento e como estes aspectos se relacionam de acordo com o próprio papel dos interatores envolvidos no processo. Mas, isto não exclui a pertinência para a compreensão das mídias interativas por meio do modelo *Fluxo*, *Conexo* e *Relacionamento* de Nicolau. Ele consegue discernir os principais aspectos característicos dos processos sócio-comunicacionais determinados pelo game *Ragnarök Online*, percebe também o sentido de compartilhamento atribuído à

⁷⁹ Entrevista com a famosa Alleria. Realizada pela Level Up! Games. Disponível em: <http://www.youtube.com/user/levelupgames#p/u/0/8MGKpu61g_k> Acesso:29/01/2010.

comunicação pelos autores, e principalmente foge à velha concepção fragmentada de modelo comunicacional.

6.2.1 Será uma mídia de relacionamento? A emergência de relacionamentos em Ragnarök Online

Pode-se perceber o apelo participativo no *Ragnarök Online* em manifestações de agremiações de jogadores em um Evento motivado pela empresa *Level Up!*, no final de janeiro de 2009. O Evento em questão foi o prelúdio do episódio chamado a *Ruína de Morroc*. Motivados por uma história narrada por um GM (ver figura 25), ocorreram várias sequências de encontros diários entre jogadores, que às vezes terminavam em invasões de monstros muito fortes nas cidades.



Figura 25 – Em letras amarelas, o diálogo do GM, que estava personificando o personagem Vili no evento.

A história narrada em si é pouco significativa para esta pesquisa. O que se torna expressivo é a observação da intervenção dos jogadores entre os diálogos do GM. Em meio à multidão que se formara nos locais de encontro, os jogadores interagiam com a história, alguns xingando os vilões, outros clamando pela batalha que viria, enquanto outros dialogavam com os personagens do GM. Eles produziam assim sua própria interpretação dos eventos da história.

Em dado momento, o personagem do GM convidou os jogadores a participarem ou da batalha contra o grande vilão da história, ou a defenderem a cidade de Morroc da invasão dos monstros. O vilão em si era controlado por um GM, seu combate era circunscrito às salas de PvP (*player versus player*), local originalmente determinado ao combate entre jogadores. Curiosamente muitos jogadores reclamaram daqueles que insistiam em investir contra outros próprios jogadores em vez de atacarem o vilão.

O evento como um todo, compreendido como uma sequência de mini eventos, mostrou o grande esforço da empresa em promover uma expectativa para o novo episódio, chamado a *Ruína de Morroc*. Após a atualização do episódio a paisagem da cidade de Morroc foi modificada bruscamente, por exemplo, no local onde existia um palácio, tornou-se uma grande cratera. Além disso, como se fossem refugiados de uma catástrofe, todos os NPC foram relocados para o mapa ao lado da cidade. Nos eventos que sucederam à *Ruína de Morroc*, a transformação da topologia da cidade foi contextualizada efetivamente pela empresa e sua equipe de GM. E os jogadores puderam compartilhar desta história, mesmo restritos e sem domínio em mudar de forma efetiva o curso dos eventos, uma vez que a história foi apenas narrada para eles.

O primeiro sinal de que exista algo que se possa chamar de relacionamento dentro de um ambiente virtual equivaleria a isto que se encontra entre as partes engajadas na relação: o fazer comum no game online. Em um cotidiano virtual há reciprocidade entre os jogadores. De outra forma, tanto eles se encontram em um ambiente compartilhado, quanto o próprio meio possibilita várias formas de se influenciar mutuamente. A comunicação funciona assim como um coringa em games desta categoria.

Mas os eventos que antecederam a *Ruína de Morroc* não exemplificam a emergência de relacionamentos participativos no game *Ragnarök Online*, uma vez que esta foi, a grosso modo, apenas uma forma de agrupamento social causado por um evento do jogo. Seria sim, um exemplo legítimo da ciber-socialidade em games online, a qual corrobora Maffesoli e Lemos. Há de se distinguir, desta forma, um acoplamento temporário dos vínculos construídos em um relacionamento virtual.

Outra forma de se ilustrar o caráter relacional da mídia interativa do game *Ragnarök Online* é pelos empréstimos de bens virtuais observados entre jogadores. Estes bens podem ser equipamentos, itens e mesmo dinheiro virtual. Evidencia-se como a virtude da confiança é uma prática entre jogadores de um game online, isto se torna uma demonstração da boa-fé nos vínculos construídos em um ambiente virtual. Entretanto, isto exige um processo de aprendizado e mesmo superação de experiências danosas anteriores que poderiam minar esta confiança no outro. Um trecho retirado do diário do pesquisador talvez exemplifique este tipo de dificuldade encontrada:

...

18 de maio de 2008, vai completar uma semana que emprestei 500 mil zennys⁸⁰ a Dani~ uma pessoa recém conhecida. Desde então, ela não se conecta mais frequentemente como antes, e quando consigo falar com o jogador, aparenta não ser a mesma pessoa tão simpática quanto antes. Naquele dia em questão, eu acabara de fazer uma graninha extra e não achei que faria falta. A pessoa disse que precisava pra comprar poções e emprestei o que pediu. Que desapontamento.*

...

O jogador com personagem chamado Dani~* nunca mais entrou no jogo. Transcorrido um mês foi excluído da lista de contatos do pesquisador. Não ocorreu troca de e-mail e não havia outra forma de entrar em contato com aquele jogador. Certamente o pesquisador foi singelo por demais em emprestar dinheiro – mesmo que seja virtual – a um recém conhecido, já que na vida real dificilmente incidiria o mesmo acontecimento. Abre parênteses. Entre as negociações originadas pelos jogadores no *Ragnarök Online*, a empresa *Level Up!* se manifesta indiferente e que nunca interferirá em trocas no jogo. Fecha parênteses. Mas a experiência mesmo que não grata serviria para compreensão de que trocas e empréstimos no *Ragnarök Online* necessitam de uma base de confiança construída previamente na relação entre os jogadores.

*11 de julho de 2009, * Skill * me ofereceu emprestado um hat Carteiro. Fiquei receoso, mas, por bem, aceitei. Meu receio era de algo acontecer com o chapéu caro que ele me confiou. Talvez, de ser hackeado. Enfim. O carteiro hoje custa 9 mil em ROP sendo*

⁸⁰ Zenny é a moeda de jogo em *Ragnarök Online*. O jogador adquire zennys ao caçar monstros e vender os itens que ele deixa cair ao ser derrotado para um NPC ou em negociações entre jogadores.

relativamente caro. Nunca havia utilizado um Carteiro antes. Ele propicia a habilidade Teleporte, que no servidor Thor é restrita a equipamentos e itens em ROP.

...

*02 de janeiro de 2010, emprestei uma Bola de Ferro Ensangüentada e um +5 Grilhões ao * Skillet *. O combo desses dois equipamentos equipados juntos dá um ótimo bônus ao ataque do personagem, mas tem a desvantagem de ser muito pesado. A Bola me custou 30 mil em ROP, enquanto os Grilhões, nem tanto, fui eu mesmo que dei over.*

...

As passagens retiradas do diário de jogo do pesquisador retratam de forma fragmentada as relações que se formaram entre jogadores distintos. Os trechos podem trazer à baila a condição do “risco”, como é referida em Nicolau e que a virtude dos relacionamentos virtuais é construída a cada encontro.

O que se pode conhecer no convívio com outro jogador, conhecido pelos colegas do jogo por Skill, é o costume de se emprestar itens e dinheiro virtual aos amigos simplesmente fiando-se no próprio vínculo criado com o outro. No costume de emprestar algo no jogo, não existem garantias reais de devolução. O que existe é um depósito de boa-fé entre as partes, em que se acredita que o laço criado é de maior importância que o valor dos objetos virtuais em questão.

Todavia, há referências no fórum oficial de uma forma de controle destas transações. O método criado pelos próprios jogadores, entretanto, fia-se na autoridade do clã, em que o outro jogador seja membro, para mediação do conflito caso ocorra algo não esperado pelas partes negociantes. O risco ainda existe, pois o clã em questão só pode fazer pressão a nível social – depositando a boa-fé nas redes sociais construídas entre os jogadores.⁸¹ Mas, ainda sim esta forma de controle das transações virtuais entre jogadores não é perfeita, pela facilidade que um jogador desonesto poderia simplesmente se desfazer do seu personagem, e desta maneira refazer sua identidade no jogo, mantendo mesmo assim o espólio injustamente adquirido. Outra vez menciona-se a indiferença da empresa nestas negociações.

* Skill * e * Skillet * são personagens do mesmo jogador. Na relação estabelecida com o jogador Skill, havia uma total confiança construída após vários encontros no jogo. Acentuam-se duas particularidades entre Skill e o autor da pesquisa: a primeira é que ambos

⁸¹ Uma razão que justifique tal fato talvez esteja na compreensão da teoria social de Ferdinand Tönnies, uma vez relacionado à teoria das comunidades ideais. A proximidade, a familiaridade, os vínculos emocionais construídos no menor grau da comunidade de Tönnies. A dicotomia social de Tönnies será explicada em detalhes no capítulo sobre a investigação da comunidade do BRO.

conheceram pessoas da família do outro, em encontros dentro do *Ragnarök Online*; outro fato é a forma peculiar de tratamento entre os dois.

Comumente ao fazer o *login* do personagem, havia uma espécie de corrida para ver quem chamaria o outro de *nob* primeiro – *nob* significa novato na linguagem dos fóruns e dos jogadores, e sem dúvida é uma forma de destratar outro jogador. Utilizando-se a fórmula invariável: “Skill é nob lalala” ou “Gatts é nob lalala”.⁸² Criou-se um jogo pessoal, que incluiria até uma pontuação de quem falasse a primeira frase do dia, ou mesmo que apanhasse o outro desprevenido numa pegadinha.

Evitando os golpistas e trapaceiros que existem de plantão no *Ragnarök Online*, uma vez que existem jogadores desonestos que criam nomes similares a seus contatos do jogo, ou até mesmo forjam nomes parecidos com de funcionários da *Level Up!*, por exemplo, com nome de GM. Como se demonstra na Figura 26, essa brincadeira simplória funcionou muitas vezes como uma senha pessoal, uma forma de se confirmar a identidade do jogador mesmo que ele apareça em outro personagem. A imagem expõe dois chats abertos entre os personagens Adver Tease (do pesquisador) e outros dois (Xupiscoo e Õ-->°BrUnIn°<--Õ). O diálogo no segundo chat mostra o momento em que o pesquisador teve ciência que ambos os personagens, com que estava dialogando, eram do seu camarada Skill.



Figura 26 – O reconhecimento do jogador a partir de uma particularidade estabelecida entre sua relação com o outro.

De fato, há jogadores inescrupulosos especialistas no exercício de programas ilegais para roubo de itens e contas de outros jogadores. Igualmente existem aqueles que forjam

⁸² Gatts é o nome do personagem principal do pesquisador.

identidades para aplicação de golpes com os mesmos fins. Assim, na proporção que se desenvolvem como jogadores experientes e acumulam bens virtuais, os jogadores idôneos acabam consolidando um receio para com o estranho, aquele que ainda não é conhecido, o Outro. Por meio da brincadeira entre Skill e o pesquisador, expõe-se como é determinante o papel da comunicação para se exorcizar alguns demônios virtuais. Sedimentar a confiança e de outra forma (re-)conhecer o outro. Percebe-se também que existe a tendência, segundo evidência Nicolau, para que estas conexões originalmente fracas tornarem-se fortes.

Em conformidade com aquilo encontrado no *Ragnarök Online*, há manifestações de relacionamentos entre jogadores que se produzem na interação dialógica entre jogadores. Em última análise, a apresentação de um agrupamento de jogadores em um evento criado pela empresa e dos vínculos emocionais criados em múltiplos encontros no jogo, expõe diferentes níveis de interação entre jogadores. A síntese produzida, conforme detalhada neste capítulo, diz que o jogador interage em um ambiente virtual de três formas:

- a) interação reativa – entre o jogador e o mundo virtual do game;
- b) interação mútua – dialógica, a nível interpessoal;
- c) interação social – na integração do jogador à comunidade.

A interação reativa, por assim dizer, compreende a mecânica do jogo, envolve a ação do jogador no ambiente virtual, por meio de trocas comunicacionais entre ele e o software do game. A interação mútua é estabelecida entre jogadores por meio de intercâmbios comunicacionais possibilitados pela linguagem hipermídia. Ela comunica uma essência orgânica em um universo digital e já abrange a ciência da presença do outro no mesmo espaço cibernético. Entendida como o objetivo da comunicação, a interação ganha sua função social em um game online, na socialização entre os jogadores responsável por sua integração na comunidade.

Resta ainda entender, especificamente no caso do BRO, como estes processos aqui referidos podem ter sua função na inclusão das comunidades virtuais. O que se presta a análise é o papel da comunicação na origem de novos agrupamentos sociais eletrônicos. Ou mesmo se estes agrupamentos de jogadores comportam-se como uma comunidade de fato, ou trata-se de seu uso como apelo comercial para agremiação de membros pelos líderes de clã, ou de jogadores pela própria empresa, amparados no sentimento comunitário. Isto não deixa de ser um exame particularizado da apropriação do conceito de comunidade pelos atores de um game online.

7 A PROPÓSITO DA EFERVESCÊNCIA SOCIAL NAS COMUNIDADES DO BRO

Até este momento, a pesquisa abrangeu um novo paradigma comunicacional que incluisse as novas formas híbridas de intercâmbios sógnicos mediados pelo game Ragnarök Online, visto que, os jogos da atualidade ultrapassam a qualidade de transmissores de significados e tornam-se igualmente mediadores da interação e socialização entre os seus praticantes: os jogadores. Neste capítulo o autor apresenta a cibersocialização como um fenômeno pertinente ao estudo das Culturas Midiáticas Audiovisuais, procurando demonstrar na análise das comunidades do *Brazil Ragnarök Online* (BRO) como esta categoria de jogo eletrônico pode originar um novo ambiente sociocultural.

A rede global do *Ragnarök Online* envolve países como Brasil, Coréia, EUA, Espanha, Filipinas, Hong-Kong, Indonésia, China, Índia, Austrália, Japão, Malásia, Nova Zelândia, Taiwan, Tailândia, Singapura, entre outros, e também outros países da Europa e América do Sul. Estima-se que apenas este jogo online, desenvolvido pela empresa coreana Gravity, possua na íntegra mais de 40 milhões de contas criadas no mundo inteiro.⁸³ Nos fóruns internacionais se convencionou identificar os servidores oficiais e suas respectivas comunidades de jogadores pelo país ou região a que pertencem, ou seja, o servidor oficial da Coréia chama-se *Korean Ragnarök Online* (KRO), já o servidor do Canadá e EUA chamam-se *International Ragnarök Online* (IRO). O servidor oficial brasileiro é conhecido internacionalmente por *Brazil Ragnarök Online* (BRO). A título de curiosidade: os servidores “piratinhas”, por não serem servidores oficiais, não recebem a designação de sua região, são chamados apenas de *private servers* (servidores privados).

O BRO completa cinco anos de atividade no Brasil, sendo oficialmente lançado aqui em fevereiro de 2005, pela empresa Level Up!, franquia nacional da Gravity. A Level Up! é mantenedora de outros 14 títulos de jogos aqui no Brasil, e só do *Ragnarök Online* estima-se que possua mais de um milhão de contas registradas nacionalmente.⁸⁴ Como estratégia de divulgação, desde outubro de 2004, uma versão *open beta* já estava disponível para download e avaliação. Muitos começaram a jogar desde aquela ocasião e, até hoje, ainda são donos da primeira conta.

⁸³ Fonte site internacional da Gravity. Disponível em: <http://www.gravity.co.kr/eng/index.asp> Acesso em: 27/04/09

⁸⁴ Fonte site da Revista Época, seção Mente Aberta, Ed. 425. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG74749-6006,00-MENTE+ABERTA+TV.html> Acesso em: 27/04/09

Conforme se falou, o capítulo pretende expor uma análise das comunidades do BRO. Tornou-se clara a existência de várias comunidades do *Ragnarök Online* no mundo afora. O que se quer indicar por “comunidades do BRO”, no plural, é a existência, a nível nacional, de agrupamentos de pessoas em ambientes virtuais distintos: o fórum oficial e o jogo online. De fato cada qual possui suas peculiaridades, dinâmicas e formas de expressão; e nem mesmo todas as matrizes de linguagem que constituam uma serão iguais aos do outro. No entanto, ambos os ambientes virtuais supracitados são constituídos do mesmo conteúdo sógnico da Matriz Midiática Ragnarök. O que se ressalta é a conjunção entre o jogo e o fórum que origina um mesmo ambiente simbólico. Por sua vez, os jogadores têm autonomia para migrarem entre estas duas esferas, como nômades cibernéticos.⁸⁵

Acessado pela guia “Comunidade” do site oficial do *Ragnarök Online*, o fórum do BRO é ponto de encontro de jogadores experientes, ex-jogadores e iniciantes. Sejam eles membros que participam ativamente ou apenas voyeurs, unidos por um sentimento em comum: a paixão pelo jogo.

Não se nega sua funcionalidade, mas seria estranho, injusto até, julgar o fórum apenas como um extenso guia do jogo, ou por assim dizer, um manual, quando se pode observar a sinergia existente entre seus membros. Trata-se, sim, de um guia em constante expansão, justamente devido à participação colaborativa de seus membros⁸⁶ e a diligência dos moderadores. É essa co-existência de pessoas reais no fórum o verdadeiro responsável pela elaboração de seu conteúdo. Tornando-o um ambiente agradável para se conversar sobre o *Ragnarök Online* e debater os diversos pontos de vista.⁸⁷ Se bem que, ocorrem ocasiões onde, fugindo a pura dinâmica do jogo, os tópicos do fórum têm como tema o cotidiano real de seus participantes.

Os primeiros passos desta pesquisa começaram pelo levantamento dos tópicos mais polêmicos do fórum e da análise de seu conteúdo originando algumas questões basilares – que nortearam a busca pela comunidade. Existem indícios de que os membros do fórum realmente façam parte do que se reconhece por comunidade? E sobre a participação na elaboração do conteúdo do fórum: quem são estes “autores” e o que os prendem àquela função? Na hipótese

⁸⁵ Como se encontra em Lévi (1996, p.75), por exemplo, no sentido da existência de um mínimo de inércia entre as ambiências virtuais, assim a cibercultura demonstra ser uma cultura nômade. Mais sobre o nomadismo poderá ser discutido adiante.

⁸⁶ Apenas membros cadastrados no fórum, cujas contas Level Up! tenham sido creditadas naquele mês, podem escrever mensagens, ou abrir um tópico.

⁸⁷ Excetuando os *flames* (as discussões pessoais) e *off-topics* (fora de tópico), que muitas vezes ocasionam certo constrangimento e desconforto aos participantes – e por que não dizer, também aos leitores ocasionais.

da ascendência de novas ambiências socioculturais conceituadas pelo espaço simbólico de um jogo massivo online, há de se afirmar que para este fórum exista um papel social?

O ambiente virtual do jogo é um item à parte. Nele os jogadores são convidados a participarem de seu enredo, em meio a *quests* e eventos. E não são coagidos a seguirem algum roteiro predefinido. Desta forma, o atributo da interatividade na linguagem hipermídia e o ambiente coletivo originado pelo mundo virtual fazem do *Ragnarök Online* igualmente um arranjo colaborativo. Este trabalho também se debruçou sobre a hipótese dos games online originarem relacionamentos virtuais. Indo além, procurou questionar a existência de comunidades virtuais dentro do jogo (*in game*), de forma que toda interrogação sobre o fórum foi também direcionada ao jogo.

O cenário apresentado por esta análise busca evidenciar o modo como uma comunidade virtual, envolvida pelo ambiente sógnico de um MMORPG, mantém sua integridade, mesmo em meio às constantes ameaças de seu desmantelamento. Embora surjam tormentas em sua superfície, é nas profundezas de sua estrutura social onde ela se re-compõe. Para alguns é na promessa de uma “comunidade dos sonhos”, possibilitada pela envolvente comunicação, interação e socialização cibernéticas. Talvez seja devido a esta “nebulosa afetiva”, que une os jogadores. Ou ainda pela emergência dos relacionamentos virtuais. Usando uma expressão maffesoliana, tudo isso se trata, sem sombra de dúvidas, da “cola” que une estes novos agrupamentos que surgem nestas duas ambiências virtuais. Falando de forma mítica, a Comunidade do BRO se comporta como uma Fênix que se re-configura das cinzas.

Enfim, a análise procura também certificar-se se os games massivos online, especialmente na categoria MMORPG, superam o papel tradicional de meio de difusão unilateral de mensagens, para servirem à interação e socialização massiva de jogadores imersivos. Existindo ou não, uma nova forma de socialização contemporânea mediada por dispositivos informacionais, tudo isso justifica uma melhor análise e reflexão sobre as novas formas de agrupamentos sociais, a dinâmica colaborativa e os relacionamentos emergentes dentro do fórum e do jogo. Ambos relacionados com o macro conceito de “comunidade do BRO”.

7.1 DA COMUNIDADE IDEAL À COMUNIDADE DE FATO

Antigamente tudo indica que novas construções ideais antecederiam mudanças de qualquer tipo. Neste contexto havia um tempo maior para algo se constituir e poderia ser feita uma reflexão no sentido em que estas ocorriam localmente. Entretanto, na atualidade, as transformações ocorrem velozmente e em meio à surpresa, é possível compartilhar o acontecimento e apreciá-lo rapidamente com o mundo inteiro.

Isto vem ocorrendo desde a globalização e seu impacto repercute nas esferas geopolíticas, socioculturais e econômicas da sociedade e em abundância na recente Era Digital e sua evolução tecnológica dos meios de comunicação, sendo a própria causa e efeito de mais mudanças globais. Assim como quem acaba de sofrer um acidente de trânsito, busca-se refletir, ainda em meio ao espanto, sobre suas consequências.

O compartilhamento pode proporcionar a criação de sinergias de diversas formas e intensidades criando um forte vínculo entre aqueles que se sentem atraídos pelas mesmas preocupações, pelos mesmos desejos e pelo mesmo sentido de pertencimento.

Antecede a aventura pelas ambiências virtuais do *Ragnarök Online* compreender a que se atribui o termo “comunidades do BRO”, tendo em vista que tornou-se corriqueira a denominação “comunidade virtual” a qualquer agrupamento eletrônico, o que fez o termo ser relativamente esgotado. Procurou-se, de tal modo, evitar o uso arbitrário da designação “comunidade”.

O conceito, portanto, precisou ser revisitado, como já se propuseram a fazê-lo alguns autores contemporâneos.⁸⁸ À luz do trabalho de tais autores, houve adequação no sentido de se prosseguir com a proposta inicial do capítulo. É assim que se dedica um tópico deste capítulo ao significado ontológico de comunidade e a esclarecer o que torna este conceito distinto das outras formas de agrupamentos sociais. Enfim, o que é isso que se chama comunidade?

Dá-se início pelo sociólogo alemão, Ferdinand Tönnies, que em sua obra capital *Comunidade e Sociedade (Gemeinschaft und Gesellschaft)*, publicada em 1887, deixou o legado da clássica dicotomia sociológica entre duas formas de agrupamentos sociais.⁸⁹ Segundo o autor as relações sociais seriam criadas por duas vontades humanas cardeais: a

⁸⁸ Ver, por exemplo, Alex Primo (1997, online), Raquel Recuero (2001, online), Andre Lemos (2002), Thiago Falcão (2007, online).

⁸⁹ Quando o conceito de “comunidades virtuais” é investigado observa-se que a maioria dos autores, citados anteriormente, faz referência ao importante trabalho de Ferdinand Tönnies.

wesenville e a *kürwille*. Assim, a vontade natural, essencial ou orgânica (*wesenville*), seria instintiva, emocional e dirigida pelas tradições. Já a vontade racional, arbitrária ou reflexiva (*kürville*), seria racional, convencionada e dirigida ao futuro. Tönnies chamou de comunidade (*gemeinschaft*) os agrupamentos humanos originados pela vontade orgânica e designou de sociedade (*gesellschaft*) aqueles desenvolvidos pela vontade racional.⁹⁰

Tönnies concebeu uma forma de comunidade ideal, onde as pessoas seriam unidas por laços fraternais, vínculos familiares e firmada em costumes e hábitos; orientados pelo senso comum (entendimento comum) e crenças religiosas. Ele acreditava que a comunidade seria contrária a uma sociedade degenerada criada por vínculos arbitrários, racionalista e dirigida politicamente. Uma interpretação poderia ser: diferente da comunidade em que se vive para sobreviver (instintiva), na sociedade se busca uma razão para viver (racional).

Sua imagem de comunidade ideal constituída por laços afetivos haveria de influenciar muitos autores contemporâneos. Raquel Recuero escreveu que para Max Weber “a ideia de comunidade compreendia relações muito abrangentes”.⁹¹ Para o economista e sociólogo alemão, em seu *Conceitos Básicos de Sociologia*, a comunidade é resultante dos vínculos emocionais ou tradicionais dos seus integrantes, baseando-se no sentido de solidariedade. De fato em um dicionário da língua portuguesa existe uma definição para solidariedade, expressando esse sentimento de interdependência entre pessoas, que se encontram unidas pelas mesmas opiniões, valores e interesses, e, na mesma medida, sentem-se comprometidas moralmente.

Uma definição ampliada encontra-se descrita pelo sociólogo da modernidade líquida Zygmunt Bauman para o que se chama solidariedade comunitária:

Quando passarmos por momentos difíceis e por necessidades sérias, as pessoas não pedirão fiança antes de decidirem se nos ajudarão; não perguntarão como e quando retribuiremos, mas sim do que precisamos. E raramente dirão que não é seu dever ajudar-nos nem recusarão seu apoio só porque não há um contrato entre nós que as obrigue a fazê-lo, ou porque tenhamos deixado de ler as entrelinhas. Nosso dever, pura e simplesmente, é ajudar uns aos outros e, assim, temos pura e simplesmente o direito de esperar obter a ajuda de que precisamos. (2003, p.8).

A solidariedade, como a virtude da comunidade, tem seu valor representado no sentimento de interdependência recíproca entre os membros do grupo. “A virtude de um ser é

⁹⁰ Conforme versão traduzida para o inglês do trabalho de Tönnies, *On Gemeinschaft and Gesellschaft*, que pode ser acessado online. Disponível em: <<http://www.cardiff.ac.uk/socsi/undergraduate/introsoc/gemein.html>>

Acessado em: 06/05/2009

⁹¹ Max Weber (1987, p.77) *apud* Raquel Recuero. Comunidades Virtuais – Uma abordagem Teórica. IN: *Ecos Revista*, Pelotas/RS, v. 5, n. 2, p. 109-126, 2001. Disponível em: <<http://pontomidia.com.br/raquel/teorica.pdf>>. Acessado em: 02/05/2009.

o que constitui seu valor”, escreveu André Comte-Sponville (1995, p.8). Entretanto, na opinião de um dos maiores filósofos franceses da atualidade, a solidariedade comunitária seria demasiadamente egoísta para ser considerada uma virtude verdadeira, visto que atende exclusivamente aos interesses de um grupo.⁹²

Encontrar-se-ia a comunidade ideal de Tönnies nos pequenos grupos pré-industriais, rurais e familiares. Aquela é reconhecida como um estilo de vida “doméstico”. Para o autor, o conjunto de eventos que levaria à formação da sociedade civil (*gesellschaft*) seria a Revolução Industrial, os grandes centros urbanos e o princípio do capitalismo.⁹³

Segundo Tönnies, a comunidade possuiria representações espaciais na casa, na vila, e na cidade, que em maior e menor grau seriam motivadas pela vontade natural da *gemeinschaft*, na casa mais que na vila, na vila mais que na cidade. As cidades, ao se desenvolverem em grandes centros urbanos, estariam se distanciando cada vez mais da *wesenville* e na mesma medida se aproximando da *kürville*. E, da mesma forma, é encontrada representações da *gesellschaft* nas metrópoles, nos países e no mundo. Para Tönnies, o mercado é a perfeita imagem da *gesellschaft*, por responder apenas as vontades egoístas da metrópole. Percebe-se que, os modelos de interações humanas da *gemeinschaft* foram degenerados e apropriados pela *gesellschaft*.

Tönnies entende, desta forma, que se a vontade natural evoluísse para a vontade racional, igualmente expressões da *gemeinschaft* seriam apropriadas pela *gesellschaft*. Críticas a sua teoria foram feitas a esse respeito, contudo, como o próprio autor discorre em seu texto *On Gemeinschaft And Gesellschaft*, entende-se que, mesmo em grandes centros urbanos e metrópoles, ainda encontrar-se-iam indícios de *wesenville*, ainda que fragmentada, por exemplo, no seio familiar e nos bairros de periferia.⁹⁴ É presumível que mesmo atualmente estas duas formas sociais não se excluem completamente, pois existiriam alguns aspectos naturais a ambas.⁹⁵

A noção de vontade natural expressaria, por assim dizer, à própria sinergia da comunidade, sendo a coerção do Estado a mantenedora da paz civil. O que expressa “força de vontade” ou “ir de encontro a sua vontade”? Na comunidade ideal de Tönnies, não existiriam várias forças medindo-se para entrarem em acordo. A beleza de sua utopia se encontra na

⁹² André Comte-Sponville questiona o real valor da solidariedade comunitária. Amarrada aos interesses comuns (comunidade de interesses), ela não representa o legítimo altruísmo social, encontrado, por exemplo, na virtude da generosidade. Ver a propósito em Pequeno Tratado Das Grandes Virtudes, 1995, na p.99.

⁹³ Bauman também fala sobre o “desmoronamento/demantelamento da comunidade” no advento do capitalismo, no contexto da moderna indústria, quando houve uma mudança de valores na sociedade (Bauman, 2003, pp.31-32).

⁹⁴ Ferdinand Tönnies, *op cit*, online.

⁹⁵ Ver em Andre Lemos (2002, p.143) e Raquel Recuero (2001, p.2-3, online).

harmonia do consenso. É como diz Bauman em sua introdução a *Comunidade* (2003, p.16): “Tönnies identificou o “entendimento comum” que “fluía naturalmente” como a característica que separa a comunidade de um mundo de amargos desentendimentos, violenta competição, trocas e conchavos”.

Por que nela existiria uma boa-vontade natural, Bauman, em sua introdução a *Comunidade* (2003), fala que as pessoas sempre interpretam a comunidade como boa e aconchegante. O mesmo não se pode dizer da sociedade e das empresas, a propósito de sua maldade e frieza. Como vemos em Bauman, a solidariedade comunitária encontra-se implícita, é saber que, em dado momento, se fosse preciso, poder-se-ia depender de alguém, da mesma forma ele poderia depender de nós. Assim, essa solidariedade demonstra a boa-fé do grupo. Uma certeza futura, que se consolida no presente (no ser solidário). Certamente uma virtude egoísta, mas para Max Weber ela seria a base da comunidade.

Neste ponto Bauman pensa que o antropólogo americano, Robert Redfield, concordaria sobre o conceito de entendimento comum de Tönnies, pois a “verdadeira comunidade” nunca entraria em contradição por ser fiel a sua natureza. Para Redfield⁹⁶ existiriam três atributos naturais a sua imagem de comunidade:

- a) Distinção: separação entre “nós” e “eles”;
- b) Pequenez: o entendimento comunitário, a comunicação interna;
- c) Auto-suficiência: o isolamento em relação ao que vem de fora.

Percebe-se como Redfield destaca que a comunidade depende de seu isolamento do resto do mundo, especialmente se tratando da comunicação. Bauman crê que tanto a “pequena comunidade” de Redfield, quanto o “entendimento comum” de Tönnies, “são feitas do mesmo estofa: de homogeneidade, de mesmidade.” (BAUMAN, 2003, p. 18).

Nisso é importante ressaltar o que seria índice de falência ou decadência da comunidade: o desencantamento e a falta do entendimento comum levariam a desintegração da própria comunidade.

A comunidade só pode estar dormente — ou morta. Quando começa a versar sobre seu valor singular, a derramar-se lírica sobre sua beleza original e a afixar nos muros próximos loquazes manifestos conclamando seus membros a apreciarem suas virtudes e os outros a admirá-los ou calar-se — podemos estar certos de que a comunidade não existe mais (ou ainda, se for o caso). A comunidade “falada” (mais exatamente: a comunidade que fala de si mesma) é uma contradição em termos. (BAUMAN, 2003, p.17).

⁹⁶ Robert Redfield *apud* Bauman, 2003, pp.17-18.

Entende-se que a vontade natural marca a não imposição de uma vontade individualista, o que denota a falta da necessidade de persuasão na comunidade. A comunidade ideal não precisaria propagar seus valores. Pois, como se compreendeu, o espírito comunitário é instintivo e espontâneo (*wesenville*). Logo, a comunidade estará em declínio quando deixa de apresentar, nas palavras de Bauman, um “entendimento tácito”, para entrar em contradição com seus valores. O que demonstra o rompimento da sinergia entre seus membros.

Segundo Bauman, pertencer a uma comunidade exigiria abrir mão da autonomia, direito à auto-afirmação e à identidade. Tanto que ele contrapõe a noção de identidade individualista ao espírito comunitário.⁹⁷ Mas porque, com risco de perder tanto, hoje em dia ainda se desejaria pertencer a uma comunidade? Bauman fala que, entre seus muitos significados, ela evocaria tradicionalmente um sentimento de segurança nas pessoas. Entretanto, a segurança alcançada na comunidade significaria também restrição da liberdade pessoal. “A segurança e a liberdade são dois valores igualmente preciosos e desejados que podem ser bem ou mal equilibrados, mas nunca inteiramente ajustados e sem atrito”, escreveu Bauman (2003, p.10).

Para Bauman, a comunidade não se encontra apenas no passado (de certa forma, é isso que se percebe em Tönnies). Hoje, a comunidade seria uma utopia, sempre se encontrando verdadeiramente no futuro. Uma comunidade imaginária como uma forma de paraíso perdido, opondo-se à dura realidade não-comunitária. Desta forma, na atualidade, aderir a uma comunidade consistiria, segundo Bauman, em um desencantamento para as pessoas, visto que, seriam contrárias as suas expectativas.⁹⁸

Ela é a comunidade em que as pessoas desejariam estar, como se fosse uma “comunidade dos sonhos”. Simbolismo equivalente encontra-se nas palavras de outro grande mestre: “Sonhamos com comunidade. Com o comum e as realidades partilhadas que estão na base dela. Sonhamos com uma vida com os outros; com a segurança de lugar, familiaridade e cuidado”, escreveu Silverstone (2002, p.182).

Contudo a comunidade não se encontra apenas no imaginário de um coletivo. Quando se observa atentamente a sociedade contemporânea encontram-se resquícios da comunidade, legitimando amplamente a teoria de Tönnies da apropriação da *Gemeinschaft* pela *Gesellschaft*. Torna-se, desta forma, significativo o trabalho do sociólogo francês Michel Maffesoli, para a compreensão de que:

O processo tribal tem contaminado o conjunto das instituições sociais. E é em função dos gostos sexuais, das solidariedades de escolas, das relações de amizade,

⁹⁷ Ver Bauman (2003, a exemplo, p.21 e pp.58-62).

⁹⁸ Ver Bauman (2003, p.22)

das preferências filosóficas ou religiosas que vão se constituir as redes de influência, a camaradagem e outras formas de ajuda mútua, das quais se tratou, que constituem o tecido social.” (2006, p.14)

Desta forma, a metáfora da “tribo” e do “tribalismo” empregada por Maffesoli, serve pra assinalar que na atualidade não haveria apenas vínculos formais tecendo a grande estrutura social. Conforme Sílvia Quaresma (2005, p.88), Maffesoli reflete os conceitos de “comunidade emocional” e “pertencimento” de Weber e de “solidariedade orgânica” com os “laços” sociais de Durkheim.

Neste momento, interessa esclarecer a que vários autores atribuíram o caráter “orgânico”. A ideia da organicidade ilustra a sinergia entre as partes, a exemplo dos órgãos do corpo trabalhando em harmonia para manter a existência. Em dado momento, também fazem referência, por vezes como sinônimos, a “laços” e “vínculos”. Enquanto para Maffesoli, estes laços afetivos (amizade, familiares) compreendam uma forma de dever, remetendo ao sentido medieval de “obrigação” (MAFFESOLI, 2006, p.227).

“Não há lugar como nosso lar”, repetia Dorothy três vezes, ao deixar o mundo de Oz. Há lugares que despertam um sentimento de pertença (pertencimento). O “lar” certamente é um desses lugares mitológicos em que se encontram latentes os sentimentos de segurança e conforto (por exemplo, a nostálgica visita, depois de anos, à casa de seus pais). É a habitação, vizinhança, bairro, cidade natal. É um sentimento parecido quando alguém se dirige ao bar em que se encontram os amigos todos os fins-de-semana. O mesmo no clube, na academia de ginástica, no baile de carnaval, no estádio de futebol.

Tais elementos como proximidade, presenteísmo e vontade de “estar-junto”, Maffesoli explica por meio da “proxemia”. Ela teria a função de criar os laços com o próximo (não apenas no sentido do Outro, mas também aquele que realmente encontra-se imediato). Assim, Maffesoli (2006, p.198) brevemente resume sua *proxemia*, primeiro como aquilo que é vivido no cotidiano, em comum, sendo mais relevante do que a história factual, e segundo como o indivíduo importaria menos que a pessoa na comunidade (o triunfo do “nós” sobre o “eu”).⁹⁹

Desta forma, Maffesoli se põe como um dos principais teóricos da Pós-Modernidade, outros, como Bauman, crêem em uma mudança de forma, não necessariamente egressa da Modernidade, mas, talvez, para uma Modernidade Líquida. A despeito dos autores corroborarem pontualmente sobre a noção de comunidade, principalmente sobre o declínio da identidade e da saturação do indivíduo. Maffesoli resume seu conceito nas seguintes palavras:

⁹⁹ Proxemia (*proxemic*) é um termo criado pelo antropólogo norte-americano, Edward T. Hallem, em 1963, na sua pesquisa que compreendia a relação entre o espaço e a cultura.

A massa, ou o povo, diferentemente do proletariado ou de outras classes, não se apóiam em uma lógica da identidade. Sem um fim preciso, eles não são os sujeitos de uma história em marcha. A metáfora da tribo, por sua vez, permite dar conta do processo de desindividualização, da saturação da *função* que lhe é inerente, e da valorização do *papel* que cada pessoa (*persona*) é chamada a representar dentro dela. Está claro que, como as massas em permanente agitação, as tribos que nelas se cristalizam tampouco são estáveis. As pessoas que compõem essas tribos podem evoluir de uma para a outra.” (MAFFESOLI, 2006 p.31)

Apresentaram-se algumas características de “comunidade”, e conceitos emitidos por autores clássicos e contemporâneos da sociologia. Para ilustrar estes conceitos remete-se a alguns filmes que retratam comunidades distintas e pontualmente fazem alusão aquilo que se estudou. Quem assistiu aos filmes Sete Noivas Para Sete Irmãos (Dir. Stanley Donen, *Seven Brides for Seven Brothers*, 1954) e A Testemunha (Dir. Peter Weiler, *Witness*, 1985) certamente se lembrará de uma cena comum a ambos: todos os membros da comunidade reúnem-se para a construção de um celeiro. Particularmente estas foram cenas marcantes, que evidenciam tanto a solidariedade comunitária (“todos por um”) quanto a *wesenville*, no costume de apoiarem-se coletivamente ao realizar uma tarefa cotidiana. Outro filme estadunidense margeia o tema, retratando uma comunidade de samurais proscritos. O Último Samurai (Dir. Edward Zwick, *The Last Samurai*, 2003) mostra um estilo de vida firmado na tradição e nos costumes, organização familiar em clã e materialização na forma de uma vila oculta.

Certamente o leitor do quadrinho francês Asterix, de Albert Uderzo e René Goscinny, em meio a um humor caricatural e estereotipado, tem uma imagem bem clara da tensão entre a *Gemeinschaft* e a *Gesellschaft*. O enredo se passa nos anos 50 a.C. e apresenta uma ideia de como os camponeses e seus costumes foram ameaçados pelo estilo de vida “civilizado”. Na HQ os gauleses são o único povoado que resiste ao domínio do império romano, vivendo em uma aldeia constantemente sitiada por legiões romanas.

Para Tönnies, a metrópole seria a forma mais complexa de vida social encontrada nas *Gesellschafts*, onde estariam quase extintas as vontades humanas naturais. A aldeia dos gauleses em Asterix, a vila de O Último Samurai, a colônia Amish de A Testemunha ou a pequena cidade rural de Sete Noivas Para Sete Irmãos, expressam o maior grau de proximidade da *Gemeinschafts*. E do mesmo modo se encontram representadas a estrutura familiar, a proximidade e vizinhança dos aldeões gauleses, do clã e da pequena comunidade rural.

Asterix e O Último Samurai, ainda evidenciam uma clara resistência ao estilo de vida civilizado, tendo em vista a presença recorrente de outros povos, registram-se também as

diversas religiões, multiculturalidades, moralidades e discernimentos próprios daquelas comunidades representadas, distintas do Estado Romano e da Civilização Ocidental.

Existe um apelo muito forte nas comunidades representadas nestes três filmes estadunidenses e na HQ francesa, um sentimento quase esquecido pela sociedade. Mesmo que reclusos e alienados, pois nestes filmes as comunidades rejeitam qualquer comodidade da vida moderna, civilizada e citadina; consolidando-se em meio às tradições e costumes, a família e ao clã.¹⁰⁰ No plano das produções midiáticas, estas representações fílmicas e literárias também revelam a apropriação do conceito de comunidade pela própria indústria cultural.

7.2 COMUNIDADES VIRTUAIS

A expressão é atribuída ao norte-americano Rheingold (2000, online), que apresenta sua ideia de “comunidade virtual” (*virtual community*) como uma forma de participação de pessoas em “grupos sociais mediados por computador”¹⁰¹. Segundo Rheingold, a comunidade virtual se formaria das redes de relações pessoais e do envolvimento emocional que emergem quando as pessoas discorrem tempo suficiente sobre discussões públicas. A análise do autor compreendia sua vivência na comunidade formada por um grupo de discussão eletrônica. Esta definição envolve assim duas características fundamentais da abordagem relacional da comunicação, que se vem debatendo até então: a relação construída entre os indivíduos e o tempo necessário para se fortalecerem estas conexões.

Uma perspectiva sociológica destes novos agrupamentos sociais eletrônicos pode se encontrada em Maffesoli (2006). O autor observou que na sociedade pós-moderna existe um sentimento de “estar junto” que origina grupos mais ou menos definidos. Estes grupos se caracterizam pela solidariedade e por terem em comum uma identidade simbólica. Rodeando-se em segredo e definidos pelo espírito comunitário e pela proximidade. Para Maffesoli isto originaria uma nova forma de tribalismo contemporâneo. Assim, as comunidades virtuais apresentam as mesmas características – exceto a proximidade física –, conformando o que ele

¹⁰⁰ Embora, hoje, a tecnofobia Amish seja uma visão relativamente estereotipada, como se vê no artigo online da revista eletrônica Wired. Algumas comunidades até aceitam o uso de celulares e eletrodomésticos. Eles estariam moldando a tecnologia para servir a comunidade, diferente de uma sociedade contemporânea em que se busca adaptar os costumes a uma cultura digitalizada. RHEINGOLD, Howard. Look Who's Talking. IN: Wired. Ed. 7.01, Janeiro, 1999, Online. Disponível em: <<http://www.wired.com/wired/archive/7.01/amish.html>> Acesso em: 24/06/2009.

¹⁰¹ Tradução do pesquisador

chamou de *neotribalismo*. Uma forma social que se solidifica por meio de laços afetivos não proximais.

O que se pode observar dentro do *Ragnarök Online*, em dois anos de pesquisa, é que as comunidades de jogadores imersivos, que ganham forma de clãs, são neotribos. Igualmente são conformadoras de um neotribalismo contemporâneo as comunidades formadas nos fóruns sobre o jogo, que com o apóio de colaboradores voluntários, sem ônus algum, contribuem para a edificação de um banco de dados virtual. Nota-se também que estas contribuições voluntárias ocorrem nos sites e fóruns não oficiais do jogo, o que confirma o que Maffesoli falava sobre o espírito solidário dos novos agrupamentos sociais.

Interessante a diferenciação feita por Lemos (2002, online) entre agremiação eletrônica e comunidade virtual no exame de dois grupos de discussão eletrônica. Após revisão do conceito de comunidade a partir de Tönnies, o autor conclui que um grupo seria uma forma de agrupamento eletrônico de pessoas, enquanto o outro se comportaria como uma comunidade virtual.

De fato, nem todos os membros do fórum oficial do BRO tem participação efetiva nas discussões e muitos jogadores apenas comportam-se como *voyeurs* virtuais. O pesquisador deste trabalho, por exemplo, restringiu seu papel de acordo com esta segunda categoria. Contudo, entre alguns tópicos observados podem-se conhecer indícios da relação entre os membros. A este propósito, observa-se um post na despedida de um dos moderadores do fórum oficial:¹⁰²

(...)

Tenham a certeza de que vivi momentos muito bons no fórum, e espero ter deixado algo bom de mim para cada um de vocês. Deixo o cargo de moderador, mas não abandonarei o fórum: continuarei acessando sempre que possível.

Para concluir, deixo aqui meus contatos in game para aqueles que quiserem conversar comigo: #Crono#, Slynker, Raijen, Uórson e Meo San Tin (jogo apenas no Odin, não tenho personagens no Thor).

Com os melhores sentimentos e desejando que todos tenham sucesso na vida em todos os sentidos,

Raijen (Douglas)

¹⁰² Despedida do Raijen. IN: Fórum Oficial Ragnarök Online. Disponível em: <<http://sites.levelupgames.com.br/FORUM/RAGNAROK/forums/t/220287.aspx?PageIndex=1>> Acesso:24/02/2010.

Em resposta, um membro ressalta com certa ironia a Empresa: “ao menos deixaram você se despedir da comunidade, ao contrario dos outros que simplesmente entraram de férias”. Outra resposta, que demonstra a opinião da maioria, descreve sua saída como: “um perda e tanto para a comunidade.” O mesmo membro ainda acrescenta votos de boa sorte: “Raijen, que sua nova jornada seja boa e próspera. vc tem futuro e merece o melhor!!”

Quando um moderador do fórum, ao ser liberado de sua função, não restringe sua partida apenas em desaparecer da comunidade, tem o ímpeto de se despedir da comunidade a qual auxiliava na coordenação – ou é levado a agir assim pela empresa, não importa. Levando em conta as afinidades e desafetos criados na interpretação de seu papel como moderador do fórum oficial do game *Ragnarök Online*, alguns membros demonstram ser solidários com sua atitude (o tópico obteve 177 respostas). Mesmo ele, um funcionário da empresa, tem seu papel definido no ciclo social eletrônico da comunidade BRO.

Recuero ainda sinaliza a importância de se distinguir as redes sociais das comunidades virtuais.¹⁰³ Atualmente costuma-se chamar sites de relacionamento como o Orkut e Facebook de redes sociais. Todavia, são os sites em questão que originam conexões capazes de produzir uma rede social. À luz de seu debate, pode-se perceber que as pessoas tendem a confundir as formas sociais e atribuí-las as mídias digitais. De forma semelhante, há de se pensar em como uma comunidade virtual se desenvolve em um fórum ou game online.

O game *Ragnarök Online* não é uma forma de comunidade virtual. Nem o fórum oficial. Eles são dispositivos informacionais e mídias digitais interativas, conformadoras de ambiências virtuais que possibilitam a formação das comunidades virtuais. Para tal compreensão é preciso remeter novamente para a ideia de Silva (2003), da emergência de um terceiro plano entre os inter-agentes de um processo. Caso contrário seria irônico pensar no game online como sendo a própria relação entre os jogadores, e não a construção de vínculos emocionais e reconhecimento pessoal, representando a coexistência e sinergia entre eles.

Com base nestas ideias, novamente é posto em cheque o caráter relacional das mídias interativas. Conforme exposto até então, os processos sociocomunicacionais no *Ragnarök Online* apresentam-se como chave para a formação das comunidades virtuais. A comunicação conforme é atribuída pelos autores tem o sentido de compartilhamento. Compartilhar seu

¹⁰³ RECUERO, Raquel. Comunidades Virtuais e Sites de Redes Sociais. Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/comunidades_virtuais_e_sites_de_redes_sociais.html> Acesso:21/09/09

RECUERO, Raquel. Comunidades Virtuais: Questionamentos e Discussão. Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/comunidades_virtuais_questionamentos_e_discussao.html> Acesso:21/09/09

espaço e tempo com outros jogadores em um ambiente que promete novas formas de interação e entretenimento conjugado.

7.2.1 A iniciação: o papel da socialização dos jogadores na comunidade BRO

O trecho retirado do diário de campo proporciona a descrição da primeira experiência do pesquisador em *Ragnarök Online*. A iniciação não representa uma exposição das qualidades de um game, é sim a apresentação de uma nova experiência compartilhada em um ambiente virtual. Ela apresenta um exemplo de fato da solidariedade da comunidade BRO e da noção de cibernsocioalidade, ilustrada pela forma que um jogador iniciante aprende com os outros jogadores experientes, ao mesmo tempo em que se integra à comunidade.¹⁰⁴

...

Fevereiro de 2006, instalei Ragnarök Online no meu computador, atraído pelo gráfico do jogo baseado nos animes e mangás japoneses pelos quais também tenho apreço. De início era preciso criar uma conta na empresa e uma no jogo no site oficial. A representante brasileira do jogo, a Level Up Games, só tinha servidores pagos na época, mas possibilitava uma semana de uso gratuito para jogadores iniciantes. Depois, já dentro do jogo, fui criar meu primeiro personagem (avatar) do jogo.

Naquele momento algumas incoerências foram deixadas de lado, ou não foram observadas na época por falta de parâmetro, pois ao contrário de outros jogos da mesma categoria, Ragnarök Online é bem limitado neste estágio inicial. Por exemplo, os gêneros dos personagens do jogador são definidos pelo gênero preenchido na conta de jogo, não podendo ser alterado na criação do avatar, permitindo pouca liberdade de escolha para o que o jogador quer ser. Também não existe a possibilidade de representação de outras etnias. Logo naquela hora restava apenas definir a cor e o corte de cabelo, além de preencher os pontos de alguns atributos iniciais do meu primeiro personagem. Queria um guerreiro (classe chamada de Espadachim no jogo), coloquei o que achava coerente nos atributos do meu pré-guerreiro.

¹⁰⁴ SOUSA, Igor. Cibernsocioalidade e a emergência de relacionamentos cibernéticos nos jogos massivos: o significado de Socioalidade na mídia pós-moderna. IN: Revista eletrônica Temática, disponível em: <http://www.insite.pro.br/2008/Dezembro/Cibernsocioalidade_MMORPG_Ramady.pdf> Acesso:22/09/09

De início meu avatar era um Aprendiz e nada estava definido ao certo até então. Fui teleportado (quando mudamos de uma área a outra no jogo) para o Campo de Treinamento, local para os Aprendizes treinarem os comandos e a interface do jogo, de certa forma onde se exercita a jogabilidade de Ragnarök Online. Existiam vários NPC (avatares que não estão no controle dos jogadores, mas do sistema do jogo) que à medida que eram acionados por um clique falavam e falavam. Recebi as instruções iniciais do jogo dentro do próprio jogo. Estava caçando alguns monstros, quando uma janela abriu-se (igual ao PopUp nos sites), alguém estava me convidando para me juntar a um grupo. O que era aquilo? Recusei o convite, talvez por timidez ou medo recusava todos os convites que apareciam. Havia caçado bastantes monstros sozinho, ganhei experiência pelas “mortes” e já tinha nível suficiente para sair do Campo de Treinamento. Um NPC me teleporta para uma cidade determinada pela minha escolha de classe. Meu pré-guerreiro foi para Izlude, a cidade dos Espadachins.

Não sabia exatamente o que fazer naquele momento. Minha ignorância naquele jogo criara um reflexo de timidez. Perambulei um tempinho na cidade. Ignorei e fui ignorado pelas pessoas que passavam. Não sabia ainda se eram todas avatares de jogadores ou se eram um NPC. Ainda não havia me tornado Espadachim e acabei achando uma saída da cidade para um campo onde tinha alguns monstros parecidos com os do Treinamento. Lá, vários avatares diferentes corriam para todos os lados passando por mim. Vi um avatar de capa e elmo montado em uma ave robusta e laranja que lembrava um avestruz (era um Peco Peco) correndo de um Drops (criaturas gelatinosas e meigas que cacei muitos no campo de Treinamento). Naquela hora entendi que ele estaria precisando de ajuda e corri para matar seu perseguidor. Quando terminei meu “ato heróico” aquele jogador começou a conversar comigo. Perguntou se eu era nob (novato no jogo), como não entendi o termo ele me explicou. Outros jogadores apareceram, alguns não eram aprendizes e aquele cavaleiro montado em um Peco Peco começou a ensinar muitas coisas a mim e outros jogadores iniciantes.

Percebi que meu “ato heróico” de matar aquele Drops não era muito necessário, ele conseguia juntar vários ao seu redor o que facilitava os novatos darem cabo deles. Ganhei muita experiência (de jogo e matando monstros mais fortes que eu) naqueles minutos em que era instruído por outro jogador. Ele nos falou que alguns amigos o chamavam e foi embora. Pouco depois já não lembrava o nome de seu avatar, nem fui adicionado a sua lista de amigos. O acontecimento resumiu-se apenas a um ato solidário de um jogador experiente que iniciou a mim e outros jogadores no mundo épico medieval de Ragnarök Online. Virei espadachim porque ele me ensinou os primeiros passos.

7.2.2 Entrevistas com jogadores imersivos: avaliação empírica dos conceitos estudados

Abordagens para entrevistas dentro de um game online precisam ser cuidadosamente pensadas, mas necessitam também de uma noção de oportunidade (*timing*) e sensibilidade do entrevistador. Antes de tudo evitando a inconveniência, porque é evidente que muitas pessoas estão ali em busca de uma forma de entretenimento e lazer. Nem sempre aptas à conversação quando na verdade procuram por diversão.

A experiência do pesquisador no jogo e na própria comunidade tem um papel determinante. É preciso saber os princípios que regem aquele grupo de jogadores, as regras do jogo e os valores da comunidade, ter conhecimento dos jargões, para evitar uma comunicação inaceitável ou até originar um desconforto para o entrevistado. Os diálogos com os jogadores podem ocorrer nos momentos mais inusitados, como em uma masmorra cheia de monstros enquanto se desenvolve o diálogo, sendo possível o intercâmbio concomitante entre a interação reativa com um sistema informacional e a interação a nível dialógico com um sistema humano.

No *Ragnarök Online*, o comando /savechat origina um arquivo TXT que foi utilizado como registro dos diálogos entre jogadores. Infelizmente a conversação em chats dentro do *Ragnarök Online* tem um limite de linhas a serem digitadas por arquivo, sendo necessário colar os textos a fim de constituir um bloco textual integrado. A conversação em chats também é caracteristicamente fragmentada (ver em Anexos as entrevistas), nota-se um entrecruzamento de falas que torna o discurso emaranhado.

O jogador Kyle_ tem 14 anos, mora em São Paulo e estuda na Escola Estadual Prof. Nicéia Albarello Ferrari. Joga *Ragnarök Online* desde o episódio Juno – o que seria aproximadamente três anos, já que ele não tem certeza. Ele diz que jogava antes no servidor pago e era membro do mesmo clã que é agora, o Bot Killers. Segundo ele, o clã chamava-se Guardiões das Sombras no servidor Odin, antes da migração de todos os membros para o servidor Thor.

Kyle_ faz parte do clã de Blue48 (conhecido também por Manoblue). Curioso que no decorrer da conversação, ele refere-se ao Blue48 por “pai” várias vezes e concebe ainda um sentido de família ao clã. O Chapéu de Jibóia que ele usava era de Blue48 e ilustra o costume de alguns jogadores emprestarem equipamentos relativamente caros. Naquela época, a “Jibóia” era adquirida por 10.000 ROP (o que custava em torno de R\$ 20) e no mercado virtual, em meio a negociações entre jogadores, era cotada a 9.000 *zennys*

A princípio, ele falava sobre uma menina de Brasília que conheceu no *Ragnarök Online* e faleceu pouco tempo depois. Ela seria seu primeiro relacionamento virtual. O clã aparenta ter dado suporte no momento de crise. Na ocasião da entrevista, ele já se encontrava investindo em outro relacionamento virtual.

Manoblue é casado, tem 50 anos e mora em Maringá, Paraná. É um dos líderes do clã de Kyle_, a quem conheceu desde que começou a jogar. Ele teria começado a jogar *Ragnarök Online* por conta de seu filho, mas hoje continua enquanto o rapaz migrou para outro game online (*MU Online*).



Figura 27 – Entrevista com Manoblue, para quem o jogo ensina conceitos familiares e amizade.

Um fato inusitado foi descobrir que apensar da distância os jogadores mantinham contato até por telefone, não apenas por e-mail/MSN como se presumia a princípio. O telefone ainda é reconhecido por muitos como um meio de comunicação mais intimista. Manoblue teria conversado com Kyle_ e com a mãe do rapaz na época do acidente com a jovem de Brasília. Em outra história relatada por ele, um membro do clã estaria com problemas com as notas da escola e a mãe queria que ela deixasse de jogar. A menina conversou com Manoblue e ele intercedeu junto à mãe dela. Na Figura 27 mostra-se o final da entrevista com Manoblue em que ele relata o fato no chat do jogo.

Para Manoblue o jogo tenta instruir uma relação de familiaridade e de amizade. Ele desabafa dizendo sentir muito em ver jovens serem mal educados dentro do jogo. O jogador acha também que se a empresa *Level Up!* realmente quisesse teria condições de lidar com os *bots* e demais problemas nos servidores.

Outra jogadora abordada foi kaillanne, uma estudante de direito de 22 anos que mora em Recife, Pernambuco. Ela joga *Ragnarök Online* há aproximadamente dois anos e diz já ter conhecido bastante gente dentro do jogo. “Sou super protegida pelo meu clã”, diz kaillanne. Ela demonstra certa naturalidade quando questionada sobre relacionamentos virtuais, chegando a afirmar ter várias pessoas adicionadas no MSN e Orkut. Isto evidencia a hipótese das redes sociais formadas em um game online se ampararem em outros programas informacionais.

A maioria dos jogadores abordados teriam iniciado *Ragnarök Online* após a abertura do servidor gratuito Thor. Enquanto outros como os membros antigos do clã BotKillers haveriam migrado de servidores. É o caso também de Timeloregu que começou a jogar desde o período *open beta* – praticamente há mais de quatro anos. Ele, um estudante carioca de 18 anos, ainda encontra tempo após o trabalho para se divertir no *Ragnarök Online*.

Apesar de Timeloregu dizer não ser muito chegado em clãs no jogo, ele pronuncia seu afeto ao clã atual, o G-Unit, por auxiliar seus membros. Neste ponto ele acha importante um clã porque: “só assim quando eu conseguir chegar aonde eu quero, eu fico bem falado e conhecido”. Outro fator que o jogador assinala é a ampliação dos contatos a partir do clã. No clã os jogadores conhecem mais pessoas, afirma. Contudo, ao se levantar o assunto dos relacionamentos virtuais no *Ragnarök Online*, ele diz que a questão da confiança “é o que mata nesse jogo”.

Já o estudando curitibano de 17 anos Roland Cross não acha possível ter um relacionamento virtual. “Pra você ter um amigo, você precisa mais do que só conversar. Tipo. Via internet, você tem uma ideia de como a pessoa seja, mas é impossível conhece-la por completo. Falta o contato sabe?”

Roland Cross é frequentador de Lan Houses e diz jogar *Ragnarök Online* há dois anos. Chega a declarar sua afeição pelo jogo, mas na proporção de sua aversão à empresa que o administra. Refere-se à instabilidade dos servidores do BRO ocorridos entre junho e julho de 2009 e ao *RollBack* no sistema (atitude vista como revoltosa pela grande maioria dos jogadores). Ele teria sido prejudicado com perda de ROP creditados no período em que os servidores oficiais do *Ragnarök Online* apresentaram instabilidade funcional.

Se há práticas controversas originadas pela empresa em suas intervenções dentro do jogo, também alguns jogadores são causadores de outras curiosas atividades no mundo de *Ragnarök Online*. É o caso de Mendiga!!, uma jovem estudante do ensino médio também de 17 anos. Ela começou a jogar ainda no *open beta*, aproximadamente há mais de quatro anos. Mendiga!! representa outras tantas pessoas que curiosamente elegeram a mendicância como principal atividade de captação de recursos em um game online.

Mendiga!! criou mais de uma conta no jogo de forma a colocar online vários personagens simultâneos com chats abertos dizendo “Doa 7z e seja feliz”. A quantia de zennys sugerida é relativamente muito pouca. Quando questionada sobre a eficiência da prática ela diz retirar “em média, em meia hora, dependendo do dia e da hora, uns 100 a 200.000 *zenny*.” Isso é muito mais que um novato tira em uma hora ou duas de jogo. Apesar de sua disposição preliminar a indigência virtual, em relação aos programas ilegais, especificamente falando sobre os *bots*, ela demonstra sua crítica. “Até onde sei o jogo foi feito para pessoas jogarem”. De forma comparativa, ela não acha, assim, que esteja fazendo algo errado. Todavia, diferente da sutileza com que Mendiga!! leva a prática da mendicância virtual, foram observados outros jogadores que se deixavam levar ao extremo da humilhação para conseguirem alguma coisa. Como um jogador que dizia aos gritos: “POR FAVOR, ME DÊ POÇÃO”, “SOU POBRE, ME AJUDE”. Parece que algumas pessoas ou esquecem que este é ainda um jogo, ou levam ao limite a interpretação de seus papéis.



Figura 28 – Mendicância virtual: “DOE 7Z E SEJA FELIZ” (Mendiga!!).

De fato, várias práticas determinadas pela empresa de entretenimento interativo responsável pelo *Ragnarök Online* são controversas e debatidas muitas vezes à exaustão pelos

membros do fórum oficial. O fórum chega a ser produtor de uma memória coletiva dos eventos ocorridos na comunidade BRO. Torna-se assim de fundamental importância o papel dos jogadores e membros do fórum na participação e colaboração de seus conteúdos. Todavia, nem toda colaboração pode ser entendida como favorável na formação de um conteúdo que eleve o espírito comunitário e a própria jogabilidade. No fórum as ofensas (*flamme*) são tidas como desvio das regras de conduta.

A ocasião da entrevista com Roland Cross, por exemplo, ocorreu após o abuso do item chamado Galho Seco. O uso de uma unidade do item em questão produz o aparecimento de um monstro aleatório, que pode ser até um MVP. Às vezes alguém emprega em excesso o item, utilizando centenas ao mesmo tempo. Os jogadores que abusam do item geralmente se encontram em um estado de revolta pela má conduta de outros jogadores.

No contexto das ambiências virtuais, o desvio de conduta destes indivíduos ilustra bem a qualidade à qual Huizinga (1996, p.227-228) chamou de “puerilismo”, o elemento lúdico em decadência, compreendido pelo autor como mistura de barbárie com civilidade. É um estado semelhante ao que seria uma exacerbação da “paidia” de Caillois (1990, p.47), a predileção por não seguir as regras, acoplado a uma inclinação para a degeneração da “mimicry” (idem, p.39), a que o autor diz se tratar de um caso de alienação (idem, p.70).

8 A ÉTICA DA TRANSGRESSÃO

O recorte desta pesquisa compreende a comunidade BRO no período de 2008 a início de 2010, sendo observada a situação crítica de infestação de *bots* no servidor gratuito Thor. O desígnio deste capítulo é propor uma reflexão sobre a representação dos *bots* na comunidade de jogadores do *Brazil Ragnarök Online* (BRO). Discute-se, assim, o papel de uma empresa de entretenimento que se coloca como uma benfeitora da comunidade de jogadores.

O *bot* é determinado pelos jogadores e usuários avançados de informática, e uma vez apresentado como contraventor, transforma-se em uma alegoria, a qual, por assim dizer, torna-se responsável por todas as mazelas do mundo virtual do game *Ragnarök Online*. Há de se investigar como uma empresa de entretenimento interativo molda o pensamento de uma comunidade de jogadores, na construção da imagem dos fora da lei dos mundos virtuais.

Ao se refletir a representação do *bot*, primeiramente desconstruindo sua quimera, o capítulo buscará um novo caminho como alternativa para sua compreensão, em uma nova perspectiva crítica das práticas originadas no ciberespaço. Em vez da compreensão da prática do *bot* como uma transgressão diante das regras do jogo, ele é apresentado aqui como uma alegoria propagada pela empresa *Level Up!* com a finalidade de criar uma distopia¹⁰⁵. É indicado outro ponto de vista para a questão, na ótica do *empowerment* do usuário da nova mídia, o que consistiria em uma tentativa de abolição dos jogadores imersivos da tirania mercadológica e técnica das empresas de entretenimento interativo.

O título deste capítulo apresenta uma provocação epistemológica. Será que a presença de sistemas autônomos alienígenas em um game online nos faria crer em uma manifestação da pós-humanidade? A investigação ira sugerir, assim, que o *bot* seria a célula da pós-humanidade. Tomando por base o conceito do Jogo da Imitação¹⁰⁶ de Turing (1950), observa-se como o comportamento da máquina (palavra que no contexto se refere ao *bot* enquanto programa informacional) tem a capacidade de emular um jogador imersivo. Será apresentado como os *bots* inteligentes interagem com os jogadores imersivos, inclusive sendo solidários

¹⁰⁵ Pavloski (2005), em seu estudo centralizado no protagonista de 1984 de George Orwell, fala como o pensamento distópico surge em oposição ao modelo dos ideais utopistas. A autora demonstra que as representações utópicas são universalizantes, ao desconsiderarem uma pluralidade cultural étnica e nacional e mesmo a liberdade. PAVLOSKI, Evanir. 1984: a distopia do indivíduo sob controle. [online]. Dissertação de Mestrado. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2005. Disponível em: <<http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/handle/1884/2996>> Acesso:26/10/2009.

¹⁰⁶ Turing, A.M. (1950). Computing machinery and intelligence. *Mind*, 59, 433-460. Disponível em: <<http://www.loebner.net/Prizetf/TuringArticle.html>> Acesso:26/10/2009.

quando evocados. A manipulação da I.A. pelos programadores de *bots* e seu impacto nas comunidades de jogadores imersivos podem nos levar a crer que, imersos em mundos virtuais, já fomos superados pelas máquinas.

Diga-se de imediato que o presente estudo não tenciona apoiar o uso de quaisquer programas ou sustentar práticas consideradas ilegais ou mesmo que firam o *ethos* da comunidade do BRO – ainda que se considere a recente proposta dos usuários no sentido de uma ética *bot*. No entanto é conhecimento da própria comunidade do BRO a omissão e incapacidade da empresa em conter a prática do *bot*. Então se torna legítimo questionar quem se beneficiaria indiretamente com o *bot*, pois se apenas os jogadores idôneos são aqueles que sofrem pelo impacto da presença do *bot*, quem mais além do próprio proscrito se favoreceria com uma prática no mínimo controversa? Como será exposto, tudo indica que o *bot* é o principal responsável pela circulação e geração de capital dentro do mundo virtual de *Ragnarök Online*.

A propaganda *antibot*, *a priori*, seria uma forma de nivelar as chances dos jogadores imersivos, sustentar o balanço dos mercados virtuais, ou mesmo conservar a ordem social, ao nortear os jogadores à conservação da integridade das regras do jogo. A mantenedora dos servidores oficiais do *Ragnarök Online* no Brasil e sua representante legal, a empresa *Level Up! Interactive S.A.*, valendo-se de táticas de controle ideológico, como a recorrente veiculação de anúncios in game, e colocando-se no papel de benfeitora da comunidade BRO, torna-se, assim, a principal propagadora de valores na ambiência social do game *Ragnarök Online*.

Segundo Kellner (2001), criticar as empresas que exercem o domínio sobre o processo de informação e entretenimento, seria uma forma de fortalecer a autonomia dos indivíduos, frente a uma cultura dominante veiculada pela mídia. Visto como as benfeitoras dos mundos virtuais se utilizam de recursos que moldam a visão de mundo de jogadores imersivos, as empresas de entretenimento interativo também se tornam fontes obscuras de “pedagogia cultural” (KELLNER, 2001, p.10).

8.1 BOT: CONCEITO E PRÁTICA

Imagina-se que poucas pessoas, que não sejam diretamente envolvidas com segurança informacional nem com a cultura dos games, tenham ciência do que seja o denominado *bot*. A

palavra “bot” é um acrônimo em inglês de “robô” (*robot*: ro -bot). Foram encontradas várias acepções para o termo “bot” no Urban Dictionary¹⁰⁷. A primeira delas tem um sentido mais genérico: “Simples programas de computador usados para executar operações altamente repetitivas”.¹⁰⁸ Esta primeira acepção está em conformidade com o sentido de automação de tarefas repetitivas – que de outra forma seriam tediosas e enfadonhas em demasia para um usuário humano executá-las.

A segunda acepção apresentada pelo mesmo dicionário online seguramente ilustra melhor a temática examinada neste trabalho: “Programa de computador executado em simultâneo com um jogo online para dar ao jogador uma vantagem desleal”.¹⁰⁹ Nas entrelinhas menciona-se também a ideia que incorpora o imaginário da cultura dos games: o *bot* é uma prática desleal por definição. Há ainda a síntese destas duas ideias encontradas em Golle e Ducheneaut (online, 2005), que definiram o termo como sendo “agentes jogadores automatizados”.¹¹⁰

Atualmente, o programa conhecido como *Openkore* é o mais utilizado pelos usuários de *bot* no BRO. O acesso ao fórum *openkore.com* foi uma luz para a compreensão da prática do *bot*, por privilegiar a perspectiva dos usuários sobre sua própria ação e indícios de sua condição de comunidade virtual (e ainda por cima internacional!).

Percebe-se que o programa utilizado, o *Openkore*, possibilita múltiplas conexões de acordo com o maquinário do usuário, ou seja, da capacidade de processamento do PC, da placa de vídeo e da conexão com a internet. Há relato de usuários que utilizam 20 *bots* simultâneos, o que equivaleria a conexão de 20 contas nos servidores da *Level Up!*. Ou mesmo em discussões sobre a máquina ideal para conectar até 100 contas simultâneas. Observa-se também que há usuários avançados de *bots* que possuem mais de um computador rodando os programas, provavelmente aqueles que trabalham no mercado paralelo de venda de contas e *zennys*.

A fim de ilustrar o uso do *bot* em games online se faz necessário analisar algumas manifestações coletivas no BRO. Serão apresentados também os argumentos contrários à prática que se fundamentam no risco para a economia virtual e no confronto a ética da

¹⁰⁷ O Urban Dictionary é um dicionário de neologismos cibernéticos, que compreende muitos termos complexos da cultura hacker e gamer. É um dicionário livre, ele funciona por colaboração e votação dos melhores significados empregados pelos próprios usuários. Disponível em: <<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=bot>> Acesso:26/11/09.

¹⁰⁸ Tradução do pesquisador.

¹⁰⁹ Tradução do pesquisador.

¹¹⁰ GOLLE, Philippe ; DUCHENEAUT, Nicolas. Keeping Bots out of Online Games. Palo Alto Research Center: 2005. (Tradução nossa). Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.91.8182&rep=rep1&type=pdf>> Acesso:19/02/2010.

comunidade de jogadores imersivos de *Ragnarök Online*. Os termos apresentados encontram-se na linguagem da cultura dos games, que privilegia o original em inglês.

a) *farming*: “fazendas virtuais” ou a cultura de bens digitais. Observam-se jogadores no exercício do *farming* para coleta de itens e equipamentos de valor para a comunidade BRO. O significado de *farming* nos games da categoria MMORPG parece lembrar o sentido de “cultivo”, só que a produção no caso é de natureza virtual. A automação permitiria que um agente virtual em exercício ininterrupto, por horas, dias e até semanas, acumulasse bens virtuais em excesso; em contrapartida, um jogador normal teria sorte se em algumas horas de jogo encontrasse um item de valor e com esta sorte começar sua modesta fortuna.

O *farming* tem grande impacto na economia virtual pelo acúmulo de bens presumivelmente raros e pela forma como estes se desvalorizam pelo excesso de oferta. Isto seria injusto para os jogadores idôneos que batalham em todos os sentidos com intuito de acumularem algum patrimônio de jogo. De fato, o argumento é coerente. Todavia, este mesmo argumento não deveria ser tão utilizado para legitimar a imagem da contravenção, pois o mesmo tipo de impacto na economia do jogo é determinado pela própria empresa, em estratégias promocionais que sufocam de igual maneira os esforços de jogadores idôneos.

De fato, o *bot* e a empresa tornaram-se razão predominante da alta inflação da economia virtual do BRO, o que determina a grande disparidade entre os jogadores neófitos e acaba sendo a causa de outras tantas manifestações virtuais perniciosas que foram observadas, como a indigência virtual e a alusão a compra de ciber-sexo por *zennys*.

b) agilidade em auferir níveis. A prática do *bot* é considerada uma forma desonesta de se ganhar nível com seus personagens. A vantagem estaria diretamente ligada ao serviço de automação que o *bot* pode proporcionar. Um jogador normal precisaria de horas de jogo para subir de nível com seus personagens honestamente, uma tarefa que muitas vezes se torna maçante – e convenhamos que o tédio é uma das coisas que o entretenimento não deveria propor. Enquanto que se o *bot* estiver funcionando corretamente ele simula continuamente a ação de um agente humano. Desta forma, o tempo natural de jogo é distorcido e os pontos de experiência adquiridos pelas batalhas contra monstros em masmorras são otimizados pela automação.

Além do cultivo de bens virtuais, o *bot* pode proporcionar uma falsa experiência de jogo. O jogador que deixa de praticar o game, cedendo o exercício (mesmo que enfadonho) ao *bot*, perde duplamente a experiência: i) abre mão da jogabilidade, ou seja, da vivência de jogo, privilegiando os pontos de experiência (EXP); e ii) perde também a socialização com outros

jogadores. A prática do *bot* vista deste modo certamente aparenta ser injusta com aqueles que procuram seguir as regras e agir eticamente.

Entretanto, reside aqui algo muito controverso. Ninguém deveria ter que sacrificar horas preciosas de sono, estudo e lazer familiar para alcançar seus objetivos em um jogo. Este seria, por assim dizer, o principal contra-argumento a favor dos *bots*. Eles poderiam estar atuando como agentes de libertação da tirania tecnocrata das empresas de entretenimento interativo, que estariam mais interessadas em vender seus serviços do que com o bem estar físico e mental de seus clientes. A veiculação de promoções e propaganda *anti-bot*, não de advertências sobre o excesso de jogo, demonstra isso. Existiriam outras formas de explorar um meio informativo e interativo, como circulação de notícias de interesse à comunidade.

c) Spambots. O *spam* talvez seja uma das primeiras formas invasivas de comunicação que surgiu na cibercultura. Apesar da proibição pelas regras do jogo do anúncio de sites e comercialização de contas e zennys, são vários os *bots* que agem nas cidades anunciando estes serviços.¹¹¹ De forma que eles poluem as janelas de *chat* do jogo com suas mensagens frequentes e extensas, que muito raramente apresentam alguma novidade.

Antes da possibilidade de adquirir-se por *Ragnaök Online Points* (ROP) o item do jogo chamado Gramofone, apenas a empresa detinha a habilidade de comunicação global e imediata com os jogadores imersivos (mensagens que aparecem em destaque no canto superior da tela). Mas nem todos os jogadores têm a disposição para custear um Gramofone. Assim um método tradicionalmente utilizado pelos jogadores com intenção de promoção de suas negociações no mercado seria o *spam*. Eles andam nas ruas das cidades com seus personagens divulgando suas ofertas aos gritos. A cena lembra e muito um mercado central de uma cidade qualquer.

O sistema do jogo, entretanto, ativa uma punição de silêncio, que impede digitação de mensagens por 10 minutos, quando detecta um *spam*. O *spam* geralmente se confirma na repetição de uma frase por mais de três vezes (curiosamente o sistema também bloqueia aqueles que tentam contar de 1 a 10). Conforme se observa na Figura 29, o *spambot* se esquia do bloqueio utilizando a geração aleatória de algarismos, geralmente no início ou no fim das frases de seus anúncios.

O *spambot* é uma prática censurável pelos princípios da própria netiqueta. Muitas vezes o chat do jogo é preenchido apenas com mensagens automáticas dos *spambots*, o que atrapalha não só a conversação entre jogadores como também as negociações dos mercadores.

¹¹¹ Os *bots* mais ativos andam a cidade inteira anunciando, enquanto a grande maioria fica apenas estática em pontos estratégicos das cidades.

Este talvez seja o caso de *bot* mais fácil de reconhecer e reprimir. A ação da empresa em coibir a ação dos *spambots*, no entanto, é ínfima: quando bloqueiam um o usuário do *bot* coloca dois no lugar. O caso traz à baila outra questão. Não seria no mínimo questionável o privilégio exclusivo da benfeitora da comunidade de um recurso comunicativo tão valioso, como é a mensagem global? Observa-se que mesmo com poucos jogadores tendo acesso ao recurso gramofone, muitas das mensagens veiculadas são de críticas à empresa.



Figura 29 – Um spambot na cidade de Prontera divulgando um site de venda de zennys.

8.2 CONTRAPROPOSTA PARA UMA ÉTICA BOT

A regra do jogo auxilia a circunscrever a ambiência lúdica. Assim pensava o historiador neerlandês Huizinga (1996, p.14), para quem a regra seria fator muito importante para o conceito do jogo. Certamente, o usuário de *bot* estaria quebrando não só as regras como também a própria atmosfera de jogo. O transgressor é, portanto, duplamente odiado pelos jogadores: i) por ser um subversor, que estaria acima dos princípios da comunidade, e ii) uma

constante lembrança do descumprimento do contrato da empresa com a comunidade. Mas, existiriam ainda outros argumentos contrários a prática.

Pesquisadores do Palo Alto Research Center (PARC) consideram que parte do deleite da prática de um game online seria a busca pela superação dos limites individuais dos jogadores: “As limitações inerentes das capacidades físicas e mentais humanas, as diversas formas que essas limitações se manifestam nos indivíduos, e a capacidade de transcender essas limitações são todos essenciais para o prazer de um game para múltiplos jogadores.” (GOLLE; DUCHENEAUT, Online, 2005).¹¹² De forma similar ao que ocorria com o uso de *cheat codes*, o uso do *bot* estaria privando os jogadores de vivenciarem o game de forma apropriada.

Outro fator é o da socialização online, uma vez que em games similares ao *Ragnarök Online* existiria um forte apelo pela interação social (SEPÉ, 2005; AARSETH, 2001; SOUSA; MAGALHÃES, 2008; SOUSA, 2009). A socialização em uma comunidade virtual possibilita o exercício da etiqueta (netiqueta), como também auxilia a formação de uma ética própria dos membros de uma comunidade de jogadores. Certamente a comunicação teria esse papel fundamental na troca de experiências tanto de jogo quanto de vida. O usuário do *bot* estaria, assim, se excluindo dessa experiência de interação social positiva. É de fato um argumento crucificante contrário à prática do *bot*.

Certamente, o jogador que não teve mérito na evolução de seu personagem do mesmo modo não teria as habilidades necessárias para conduzi-lo (*player skills*), e nem as habilidades sociais básicas para a coexistência na comunidade. Alguns exemplos: um personagem de nível alto, mas que o jogador não tinha ciência de onde se encontraria um rotineiro NPC em uma das cidades mais movimentadas do jogo; ou as pequenas transgressões, chamadas em inglês de *skill abuse* (abuso de habilidades), como bloquear a passagem de outros jogadores com magia. Pode ser também um sintoma claro dessa dissociação com a experiência de jogo, a falta de solidariedade – instintiva na vida social em comunidade –, e a notória apatia social.

Retomando a questão das regras de conduta, é por meio delas que os jogadores aprendem o devido comportamento online. Corresponderia a outra forma daquilo que conhecemos por *netiqueta* (etiqueta da internet). O ideal seria que a cortesia e a civilidade fossem instintivas para os membros do BRO. Mas é de se estranhar que de todas as 32 regras de conduta impostas à comunidade de jogadores *in game* (e existem outras tantas para a comunidade do fórum oficial), a empresa tenha se detido mais à divulgação, nos *chats* globais, daquelas que não viabilizam o mercado paralelo de negociação de bens virtuais,

¹¹² Tradução do pesquisador

privilegiando a propaganda *anti-bot* e oferecendo pouco espaço para uma ampla ação pedagógica, ao tratar também da divulgação da cortesia e das boas maneiras dos membros da comunidade. Parece até que o vínculo de seus clientes não é tão importante quanto à concorrência ocasionada pelo mercado negro online.

A despeito da “desatenção” da empresa sobre o próprio regimento que instituiu, pode-se entender que a questão das regras deveria ter uma finalidade mais de desenvolvimento da experiência de jogo, que propriamente restringi-la como pensava Huizinga. Ela conformaria uma “netiqueta” da comunidade que se molda e existe neste ambiente eletrônico. Um sistema de regras acabaria por moldar o próprio sentido moral da comunidade, do contrário, o descumprimento e a impunidade podem fazer surgir um novo *ethos* circunscrito à realidade da comunidade em questão.

Ironicamente, em maio de 2009, surge no principal fórum de usuários de *bot* (Openkore.com) a sugestão para formulação de uma ética *bot*. Ao programarem seus *bots* para se comportarem de forma mais amigável para com os jogadores, auxiliando a construção de uma experiência de jogo mais agradável a todos, a proposta do usuário MK[] tem o desígnio de contrapor a imagem negativa dos *bots* nas comunidades oficiais e internacionais de jogadores de Ragnarök Online.¹¹³ O trecho inicial do post de MK[] diz:

Bot Ethics

by MK[] » 19 May 2009, 15:37

Hi everyone,

I've been pondering the ethics of botting for some time now, and I'd be interested in hearing everyone's take on the issue. It's my opinion that the stigma attached to bots could be severely reduced if bots (and botters) behaved more amicably.

(...)

A mensagem que abre o tópico continua com um tom realista e provocativo, sem deixar de explorar algumas sugestões práticas. Segundo MK[], a vantagem desleal e o impacto econômico seriam aspectos negativos sutis e dificilmente evitáveis, já que estes são os principais objetivos dos usuários de *bots*. Contudo, já que estes são aspectos manifestos indiretamente pela prática, a interação com o *bot*, desde o momento em que o jogador percebe sua presença, poderia ser uma experiência mais “agradável”, sugere MK[].

¹¹³ Tópico *Bot Ethics* por MK[], IN: Openkore.com. Disponível em: <<http://forums.openkore.com/viewtopic.php?f=27&t=6072>> Acesso em: 06/12/09

“O *bot* há de ser um obstáculo a menos para os jogadores, indo além, uma benção” diz MK[] (*Bot Ethics*, OpenKore.com, 2009)¹¹⁴ Cita, por exemplo, como seria possível evitarem a lotação em mapas, simplesmente programando seus *bots* para escolherem outros mapas ou mesmo se desconectarem, caso eles detectem um já excessivo contingente de jogadores ou *bots* no local. Apenas isso diminuiria em parte a frustração dos jogadores à vista da concorrência desleal com os *bots*, assim como a superpopulação desfavoreceria o ganho de ambos.

A visível apatia dos *bots* para com os outros jogadores poderia ser evitável, embora a questão pareça ser mais complexa. Segundo MK[], é possível a monitoração dos *logs* dos *chats* direcionados aos *bots*, por meio do IRC, MSN e outra infinidade de protocolos de *chat* conectados ao programa que roda o *bot*. Do mesmo modo, o *bot* poderia ser mais “sensível” à presença dos jogadores, fazendo saudações e utilizando emoticons, ou mesmo provocando um diálogo.

Um tanto idealista, MK[] propõe que os *bots* de certas classes de personagens, como Sacerdotes e Espiritualistas, poderiam prestar serviços à comunidade, como uma forma de compensação pelas privações impostas pela sua presença. Por fim, diz que o uso ético dos *bots* poderia melhorar a experiência de jogo para todos, bem como evitar alguns casos de punição pela prática.

O *bot* indiscriminado é uma prática danosa ao mercado virtual e aflige também o *ethos* da comunidade, ao mesmo tempo em que ocasiona um *overflow* de conexões no servidor e superpopulação em mapas, colaborando para o surgimento de problemas técnicos. Um webmaster anônimo sugere uma configuração em seu site que desconecte os *bots* nos horários e dias dos principais eventos da comunidade a fim de diminuir o impacto das múltiplas conexões no servidor. Seu site, o RagnaMarket.net¹¹⁵, foi uma das principais ferramentas de pesquisa por preços de itens dentro do jogo, uma ferramenta valiosa principalmente para os legítimos mercadores virtuais. Ainda que ele negocie no site a venda de *zennys* e *bots* configurados. A proposta do uso ético do *bot*, no entanto, parece válida, e mesmo sites contraventores como RagnaMaket.net corroboram neste sentido, o que seria uma forma de apoiar a sustentabilidade do meio ambiente virtual.

Essa contraproposta para a questão dos *bots*, que se cristaliza na formulação de uma ética *bot*, poderia atenuar de imediato o cotidiano cheio de conflitos entre os atores que

¹¹⁴ Tradução do pesquisador

¹¹⁵ Disponível em: <<http://www.ragnamarket.net/>> Acesso em: 07/12/2009.

encenam o mundo virtual de *Ragnarök Online*. A discussão, todavia, pode nunca ser seriamente debatida pela comunidade de jogadores. A prática existe, mas não pode ser debatida oficialmente. Apresenta-se, ainda assim, algumas manifestações que ilustram o uso ético do *bot* na comunidade BRO.

8.2.1 Manifestações do “uso ético do *bot*” no BRO

a) o bot comunicativo: atenuando a aparente frieza com que um personagem *bot* interage com os outros jogadores, essa qualidade de *bot* se expressa por meio de diálogos, que dão a ilusão de ser realmente um jogador em seu controle. Na verdade, este tipo de *bot* comunicativo ao ser observado a princípio pode ser bastante convincente. Quando um jogador normal suspeita que ele seja na verdade um *bot* (normalmente questionando sua condição: “vc eh bot?”), o *bot* comunicativo pode se expressar de acordo com a reação esperada de um jogador de verdade (dizendo, por exemplo: “uahuhauh nem mano so nao”).

A interação a nível reativo, todavia, se manifesta claramente ao se esgotar as linhas de dialogo do programa. Conforme as respostas do *bot* tornam-se repetitivas e o programa pode até mesmo forçá-lo à desconexão do *Ragnarök Online*, a fim de evitar o assedio de outros jogadores.

ii) bots solidários: a situação no quarto andar da Esfinge (in_sphinx4) é conhecida pelos aventureiros da cidade de Morroc como o paraíso dos *bots* da classe Sacerdotes e Sumo-Sacerdotes. O mapa tornou-se um dos mais disputados no game *Ragnarök Online*, porque oferece uma quantidade alta de experiência por hora, e mesmo os jogadores idôneos que não usam *bot* dão preferência ao local. Percebe-se pela imagem na Figura 30 que o mapa em questão é bastante concorrido.

Sacerdotes e sua evolução (os Sumo-Sacerdotes) são uma classe de personagem com grande vantagem contra monstros chamados Anúbis. De fato existe até uma construção de personagem específica para aprimorar o efeito da habilidade Esconjurar dos Sacerdotes. O Anúbis oferece bastante experiência e por ser da propriedade Maldito, Sacerdotes ou Sumos voltados para TU (sigla em inglês para Esconjurar) são capazes de dar cabo de um Anúbis quase instantaneamente, com chances moderadas de 50% de sucesso da habilidade. Normalmente uma ou duas tentativas já resolvem o caso.



**Figura 30 – Concorrência na caça aos monstros:
9 personagens atacam o mesmo Anúbis.**

Os personagens também se utilizam em sua grande maioria do equipamento chamado Chapéu de Carteiro, que oferece a habilidade Teletransporte. Na Figura 30 todos os personagens estão usando um Carteiro. O esquema então é usar teleporte, ignorando outros monstros do mapa, até achar um Anúbis e dar cabo dele com Esconjurar, para novamente teletransportarem-se.

A descoberta desse esquema para ganhar nível rápido atraiu grande quantidade de usuários de *bot*. O resultado foi a superpopulação no mapa do quarto andar da Esfinge (in_sphinx4), onde se estima que mais de sessenta personagens concorram por modestos quinze Anúbis, que surgem no mapa continuamente. Pode-se ressaltar também na Figura 30 o efeito da superpopulação e a angustiante competição de nove personagens (todos eles sacerdotes) contra um único Anúbis. Outra consequência da prática do *bot* neste mapa foi a desvalorização no mercado dos itens que o monstro Anúbis deixa cair. Atualmente estima-se que, em decorrência dos *bots*, negociam-se tudo por apenas 10% do preço que valeriam.

De fato, a cognição e o reflexo de um jogador humano não são páreos para o efeito da automação do *bot*, a concorrência certamente é desleal. O cenário atual apenas alimentaria a aversão da comunidade contra os *bots* e legitimaria a crença de vilões virtuais. Todavia, essa ancoragem na imagem de transgressor pode não deixar margens para exploração de outras formas de interação dos jogadores com os *bots*, ou mesmo cegá-los para a percepção das que já existem.

Segundo foi apresentado por um jogador, existem *bots* programados naquele mesmo mapa para prestação de auxílio se devidamente abordados. A Figura 31 mostra uma sequência

de acontecimentos em que o jogador dizia “bot” e todos os *bots* paravam por segundos. Em seguida ele dizia “cura” e todos utilizavam a habilidade Cura nele. Novamente, repetia-se o mesmo processo para pedir “buffs”, que é quando um personagem utiliza habilidades que melhoram os atributos do outro personagem. O instante captado na imagem da figura 31 foi quando todos os *bots* na tela utilizavam a habilidade Aumentar Agilidade no personagem do jogador (que está ao centro com os apontadores de “AGI UP!” em azul). “Vivo com Buffs e HP Full”, ironizava o jogador.



Figura 31 – O bot solidário, outra possibilidade a ser explorada.

Aquilo certamente evidenciou a possibilidade do *bot* ser solidário aos jogadores, desde que se saibam os comandos para invocá-los. Todavia, conforme o mesmo jogador avaliou, se fosse por falta de know-how para identificação e punição dos *bots* pela empresa, aquilo poderia facilmente denunciar uma dezena naquele momento, pelo perfeito *timing* com que os *bots* respondiam. Pode-se concluir, assim, que em vez dessa manifestação do uso ético do *bot* privá-los de serem pegos pela transgressão, devido à quantidade excessiva de *bots* com as mesmas características, a sincronização acabaria por evidenciar sua condição.

iii) bot ciberativista: ou eles contra a hegemonia mercadológica, comunicacional e tecnológica da empresa. Em raras ocasiões observou-se aquilo que se trataria por manifestações de ciberativismo político proveniente de usuários de *bot*. A proposta pode parecer contraditória, no entanto, as manifestações observadas representam tanto a rejeição da comunidade frente a sua condição de inferior, quanto expressam a autonomia de poucos usuários, não indiferentes e não resignados, frente à explícita falta de aplicação da empresa. Estas práticas diferem do rotineiro uso individualista dos programas de automação de jogadores e nas entrelinhas possuem intenções pedagógicas: elas são impactantes e funcionam como agentes de conscientização dos problemas que a comunidade enfrenta.



Figura 33 – Bot ciberativista: corrente “luto por um BRO melhor”.

O leitor alheio ao universo de *Ragnarök Online*, não teria noção do impacto do manifesto para os jogadores que assistiram. A cena remetia a uma paródia da sequência final do filme *Matrix Revolutions* (2003), a qual Neo combate o agente Smith cercados por seus clones. Todos aqueles *bots* seguiam o mesmo padrão físico, destacava-se apenas o *luto.por.um.Bro.melhor* por usar uma Máscara Feliz (equipamento de principiante), o que ainda é uma alusão a todos os anti-heróis mascarados do universo dos quadrinhos e filmes. O pesquisador teve a oportunidade de conversar em particular com *luto.por.um.Bro.melhor*, e o usuário fez questão de deixar claro sua opinião contrária ao *bot* e a favor de um BRO melhor.

Na noite de 14 de outubro de 2009, houve oportunidade do pesquisador dialogar com o FUTURO DA NAÇÃO. A expressão sugestiva era o nome escolhido por um auto-aclamado ex-jogador do *Ragnarök Online* para seu *bot*. O jovem estudante e técnico de informática de apenas 16 anos, supostamente a pedidos de seu colega, estaria fazendo um manifesto de greve no *Ragnarök Online*. A “greve” era anunciada no *chat* de seu personagem, que sistematicamente abria e fechava o *chat*, acenando com uma bandeirinha customizada. Existe uma regra que proíbe edição do game *Ragnarök Online* e a bandeirinha por si só era uma transgressão. Contrariando o fato de apenas a bandeira nacional ser acenada pelos jogadores do BRO, o personagem FUTURO DA NAÇÃO brandia sucessivamente a bandeirinha italiana e a coreana, conforme se vê na Figura 34.

Na oportuna conversa com o FUTURO DA NAÇÃO, ele afirmava ser contrário à superlotação de *bots*. A situação atual do BRO é que existem “duas raridades: GM e player”, disse o usuário. Em diálogo com o jogador houve relatos de dois casos curiosos e conflitantes. O primeiro sobre os processos legais abertos contra a empresa e que favoreceram aos usuários

de *bot*. A própria empresa afirmaria em juízo que não haveria condição de excluir todos os *bots* no BRO. Outro caso seria do clã muito famoso que teria sido punido pela empresa por prática do *bot*. O clã em questão possui até vídeo no Youtube comprovando a prática. Aparentemente, como a ocorrência ganhou a notoriedade da comunidade, o embaraço seria maior se a empresa decidisse de outra forma.



Figura 34 – Greve: um *bot* hackeado brande uma bandeira customizada.

Todavia, é da opinião do FUTURO DA NAÇÃO que a própria *Gravity* (a matriarca do *Ragnarök Online* e, por assim dizer, dona da franquia) nunca irá retirar todos os *bots*, por causa da quantidade de dinheiro gerado pela prática. Ele ilustra a questão pelo fato de praticamente todo *bot* ter seu Chapéu de Carteiro, sendo o equipamento em questão apenas adquirido pelo crédito ROP.

Questionado sobre o papel do clã para os jogadores, ele disse que apesar dos casos distintos de clãs *bot*, no *Ragnarök Online* os clãs são importantes para o desenvolvimento do caráter das pessoas dentro do jogo, elevando o nível de conhecimento e acrescentando amizades.

Estes dois episódios ilustram a possibilidade dos usuários, tanto do game quanto do *bot*, promoverem suas solicitações e de outra forma serem também agentes causadores de modificações na mentalidade de uma comunidade de jogadores imersivos. O *bot* pode, assim, ser uma ferramenta importante de expressão do inconformismo e não resignação que permeia o espírito angustiado de toda a comunidade.

8.3 DISTOPIAS CIBERNÉTICAS E TECNOCRACIA NA CULTURA DA NOVA MÍDIA

Numa sociedade como aquela representada em 1984, e talvez como a nossa própria, onde impera a microfísica do poder, os mínimos atos podem representar o caminho para a liberdade. (PAVLOSKI, 2005, 272)

A era da informação poderia reverter os jogos de poder tradicionais do processo de comunicação de massa. Essa afirmação clássica de Castells (2000, p. 384), repetida a exaustão pelos arautos da cibercultura, tem seus ares de manifesto de oposição à tecnocracia e a homogeneização das mídias tradicionais. A ideia expressa tanto o *empowerment* na produção de conteúdo de indivíduos e grupos sociais oprimidos, quanto o detrimento do domínio das grandes instituições. O início da era da informação trazia consigo a esperança da democratização do “Quarto Poder” (Thompson, 2008, p.24), o poder de origem simbólica, determinado pelas instituições de comunicação de massa. Este foi, talvez, o principal ideal de participação na produção simbólica da “nova mídia”.

Para Lemos (2002, p.123), a Internet não é uma “nova mídia”, “mas um (novo) ambiente midiático”. Ele nos lembra também que a Rede é um meio criativo para elaboração de outros “instrumentos de comunicação”, conforme os meios de comunicação tradicionais também ingressariam na rede. Percebe-se, agora, que novas empresas de entretenimento e informação surgiram para, quem sabe, assumirem o hibridismo do próprio meio, uma vez que, a cibercultura está definitivamente incorporada pela cultura da mídia, solidarizando-se nos esquemas de mercado e na criação de suas próprias representações.

Neste contexto, os videogames (ou videojogos) estariam inclusos, há mais de cinquenta anos, desde sua concepção, como as primeiras mídias eletrônicas eminentemente interativas. Apesar das teorias de comunicação de massa raramente serem abordadas em estudos da cibercultura, que não sejam para críticas a sua superação, este capítulo sustenta uma retomada a algumas ideias clássicas da teoria crítica. É preciso lembrar que nem todas as novas mídias seguem o mesmo plano de produção de conteúdo, e mesmo quando se toma por objeto de estudo um game online é preciso novamente ressaltar os novos esquemas mercadológicos que lhe dão sustento.

Uma empresa como a *Level Up!* que trabalha como mantenedora de mundos virtuais, não só do game *Ragnarök Online* como de outros tantos, possui custos com pessoal qualificado e equipamento de ponta, a fim de prestar um serviço que seja atraente e atinja o maior número de clientes/jogadores possíveis. Considera-se que boa parte de sua receita

provenha da venda de créditos para acesso aos seus serviços e compra de itens virtuais. Mas, ela também possui investimentos em merchandising, como a venda de revistas especializadas. O mais curioso, entretanto, seria sua empreitada em campanhas online com outras empresas, e neste ponto a empresa Level Up! está na testa dos esquemas de mercado online, é bem verdade.

Mas, para tanto, a empresa nivela o serviço prestado a seus consumidores e de outra forma torna-se condescendente com as normas e valores sociais vigentes. Tal fato casaria com um dos pressupostos da teoria crítica da escola de Frankfurt, o qual considera em que medida as pessoas são condicionadas pela estrutura social em sua totalidade (ADORNO, 1950 *apud* WOLF, 2009, p.85). Assim, na perspectiva da teoria crítica existiria um sistema de comercialização de formas simbólicas com a veiculação de normas sociais, valores e mitos, que beneficiariam as hierarquias sociais. Corroborar neste sentido a análise de Kellner (2001, p.11), sobre como as mídias tradicionais seriam motivadoras de pensamentos e comportamentos adequados aos ideais conservadores da sociedade contemporânea.¹¹⁶

As ideias convergem sobre como as empresas de comunicação trabalham a informação para atenderem desígnios mercadológicos e políticos. Neste momento, como já foi citado no capítulo 6, a palavra “informação” resgata seu sentido etimológico como referido por Maffesoli (2003, p.14), ou seja, ela dá forma. Com estas ideias em mente entendem-se como as mantenedoras de games online manipulam a socialização dos jogadores imersivos, à vista da mitologização do *bot* como transgressor.

O tempo dos ativistas e dos utopistas já terminou. Se você tentar explicar o desenvolvimento de novas formas de comunicação transversais, interativas e cooperativas, ouvirá como resposta um discurso sobre os ganhos fabulosos de Bill Gates, presidente da Microsoft. Os serviços on-line serão pagos, restritos aos mais ricos. O crescimento do ciberespaço servirá apenas para aumentar ainda mais o abismo entre os bem-nascidos e os excluídos, entre os países do Norte e as regiões pobres nas quais a maioria dos habitantes nem mesmo tem telefone. Qualquer esforço para apreciar a cibercultura coloca você automaticamente no lado da IBM, do capitalismo financeiro internacional, do governo americano, tornando-o um apóstolo do neoliberalismo selvagem e duro com os pobres, um arauto da globalização escondido sob uma máscara de humanismo! (Lévy, 1999, p.12)

A ideia é o desenvolvimento de uma mentalidade crítica para as manifestações observadas no ciberespaço. Mesmo que exija o acesso a um sistema tecnológico informacional amparado por uma conexão em banda-larga e um computador de ponta, o acesso ao serviço de um servidor de game online é considerado gratuito pela empresa que lhe

¹¹⁶ Neste sentido, a noção de “cultura da mídia” aparece como a nova roupagem pós-moderna da cultura de massa.

sistem. Mas a própria empresa acaba por criar condições para o aparecimento de outra forma de exclusão digital, aquela que ocorre online.

O ROP e o *bot farming* são claras manifestações da introdução da economia real para a economia virtual. É um fato consumado do que previa Turing na década de 1950: “Podemos esperar que as máquinas acabem por competir com os homens em todos os campos puramente intelectuais”.¹¹⁷

O jogador que tem mais dinheiro pode conseguir assim mais vantagens dentro de um game online. De certa forma, a infestação dos *bots* no servidor Thor abala o espírito comunitário. O mercado negro de venda de personagens e *zennys* colaboram para o preconceito que passou a existir entre os personagens de alto nível serem ou não de jogadores honestos, enquanto que o jogador iniciante é rebaixado a uma casta inferior se não tiver acesso aos bens virtuais. E em contrapartida aparecem ainda manifestações de indigência virtual.

¹¹⁷ TURING, A. Computing Machinery and Intelligence. [online]. Mind: 1959, pp.433-460. Disponível em: <<http://www.loebner.net/Prize/TuringArticle.html>> Acesso: 20/02/2010.

9 ADVERGAME: JOGANDO COM A MARCA

O trabalho fez referência a como a evolução tecnológica do final do século XX, nas telecomunicações e na cibernética, transtornou o modelo de processo de comunicação, originando novas mídias e novas relações. Inclusive nessa evolução ocorrem alterações tipológicas e conceituais estabelecidas no campo de conhecimento da comunicação. Assim a palavra mídia expressa atualmente os veículos de propagação da mensagem, as instituições comunicacionais, os aparelhos tecnológicos de interface, e, além disso, no presente momento, mídia incorpora em seu significado a internet e os dispositivos informacionais cibernéticos.

Entre as novas mídias, os jogos eletrônicos online abrem novas possibilidades em interatividade e socialização. Sendo vistos hoje como mais que simples entretenimento, os games online chamam a atenção dos publicitários e marqueteiros, que investem em divulgação e estratégias que se utilizam desta mídia, intensa em sua capacidade de envolver a marca com o seu público. Chamada *advergame* (do inglês *advertising* mais *games*), a publicidade por meio dos games ganha cada vez mais espaço na internet. Publicitários encontram razões para investir a verba de seus clientes numa mídia lúdica e no mínimo controversa.

9.1 A PROBLEMÁTICA DA INTERATIVIDADE

Despertar a atenção do público para a mensagem, manter seu interesse pelo anúncio, divulgar a marca, tudo isso sempre representou uma batalha para os publicitários. Disputa que é travada nos mais variados meios de comunicação, com suas características individuais de veiculação dos anúncios, que demandam estratégias cada vez mais criativas. As barreiras encontradas são as mais variadas possíveis, respeitando a peculiaridade de cada mídia e sua constante evolução tecnológica.

Primo (2007, p.51-52), citando Baudrillard e Sfez, fala sobre a temeridade em torno do conceito de “interatividade”. Segundo ele (IDEM), é preciso se distanciar por um momento dos discursos tecnicistas que entendem a interação meramente como fenômeno tecnológico. A interação para este autor é parte de um processo e não característica do meio. Existe assim um

grau de interação que compreende a mera ação reativa até o diálogo humano mediado por computador.

Na disputa televisiva rounds de trinta segundos são travados no intervalo comercial, onde o principal rival tornou-se o zapping, que representa a interatividade do telespectador em sua capacidade de escolha da programação. O rádio, companheiro diário das tarefas de muitos ouvintes, luta contra a dispersão auditiva facilmente evocada pelo menor ruído. O outdoor disputa sua atenção com o trânsito, igual a um camaleão as avessas, e mesmo que sua mensagem consiga criar algum impacto sua síntese enunciativa necessita ser competente o suficiente, para transmitir todo o conteúdo em poucos segundos.

O processo de comunicação tornou-se cada vez mais interativo. Os novos meios de comunicação via internet, originários da convergência das mídias, muitas vezes, representam também o somatório das dificuldades, não só das qualidades, dos meios de comunicação mais tradicionais. O termo WEB aplica-se como prefixo destas novas mídias (web-rádio, web-jornalismo, web-tv) que representam a nova dinâmica interativa hipertextual, com uma interface mais compreensiva e dinâmica entre a máquina e o usuário. Contudo, continua o jogo pela atenção e pelo interesse do público, onde o publicitário ganha novas possibilidades para a criação dos anúncios. Mas, ainda assim, o banner demanda o click e o spam desrespeita a etiqueta cibernética.

Os publicitários com sua criatividade e irreverência criam novos modelos de anúncios ao acreditarem nos novos formatos e nos novos meios de se disseminar as marcas. Prova disso é o sucesso da estratégia de marketing viral, fortemente difundida pela internet, na disseminação das informações produzidas pelos anunciantes entre os próprios usuários. Sendo assim, a intenção mercadológica da mensagem fica encoberta na conversa rotineira, na troca de informação cotidiana, nos e-mails, fóruns e comunidades virtuais. Os videologs e os blogs disseminam, quase que inocentemente, mensagens em texto, foto ou vídeo. Também as versões betas dos games e programas, os trailers e até entrevistas são facilmente propagadas, dando um gostinho especial e originando expectativas.

Apesar de encoberto, ainda assim, a marca difunde-se quase que deliberadamente de forma orgânica. Entretanto, o anúncio sem a marca torna-se descontextualizado, como a fotografia em um cartaz, sem a marca, despe-se da sua intenção comercial. A marca é fixada na mente do público-alvo por meio de um anúncio persuasivo, mesmo que a intencionalidade comercial esteja implícita. Ele cumpre sua função ao despertar o interesse pela marca.

Paradoxalmente, quanto maior a interatividade entre o usuário e a mídia mais dificuldade os publicitários e os anunciantes encontram para despertar a atenção e manter o

interesse. Isto se deve a aversão criada pela própria intencionalidade do anúncio, uma tentativa última de resistência do público à lógica capitalista do consumo. O público busca informação ou entretenimento, não ser enganado pelo anúncio para consumir uma marca. Logo, quanto maior for a capacidade de interação do público com a mídia e quanto mais aparente estiver a intenção mercadológica, mais estas se tornam adversárias da publicidade. Contornar estas adversidades é mais uma forma de destacar a marca entre as outras.

O curioso é que uma solução pode ser encontrada na própria marca, sendo esta uma entidade perceptual, que em sua qualidade etérea, pode modelar-se a qualquer superfície, fazendo isto de forma prodigiosa no ambiente virtual. O *advergame* representa um novo modelo de criação de anúncios e estratégias de disseminação das marcas. A *Pixel Interativa* é uma empresa da área de publicidade online que aposta no *advergame*. “O *advergame* é uma nova ferramenta para o merchandising e marketing viral e interativo”¹¹⁸.

São considerados *advergames* tanto o merchandising dentro dos jogos (*in game*) quanto o game criado com conceito revestido pela marca. O jogo de futebol que apresenta a “marca” do anunciante digitalmente vinculada à imagem do campo é uma forma de publicidade *in game*, já a criação de um jogo eletrônico cuja marca faz parte do conteúdo e diz respeito diretamente a jogabilidade, é um exemplo de uma forma mais elaborada de *advergame*. “Os *advergames* vão muito mais fundo, incorporando a mensagem publicitária dentro do ambiente de jogo. Resumindo, a mensagem publicitária está dentro do jogo”¹¹⁹.

De tal modo contorna-se a aversão a intencionalidade mercadológica no *advergame*, com a jogabilidade que eleva o estado de espírito do jogador (cliente potencial), envolvendo-o com um ambiente virtual interativo com a marca. Quanto mais liberdade de estratégias diferentes os jogadores possuírem melhor se torna a jogabilidade. A interação também é acrescentada na inclusão de outros jogadores no mesmo espaço de jogo. Desta forma, jogos eletrônicos online para múltiplos jogadores, conhecidos por MMOG (*Muilti-Mass Online Game*), criam mundos virtuais interativos e compartilhados por várias pessoas globalmente. Um gênero específico destes games, conhecido por MMORPG, cria novas possibilidades na inclusão de eventos especiais patrocinados pelas marcas. Merchandising *in game* que dificilmente ganha antipatia dos jogadores por oferecer bonificações dentro do jogo.

¹¹⁸ <http://www.pxl.com.br/adver.htm>

¹¹⁹ <http://www.pxl.com.br/adver.htm>

9.2 EXPOSIÇÃO DE MARCAS NO RAGNARÖK ONLINE

Em dois anos de observação no servidor Thor, a empresa de entretenimento interativo *Level Up!* tem se aventurado na implementação do *advergame* em seus servidores nacionais, juntamente com outras marcas de produtos bem variados. Chicletes, desodorantes, materiais escolares e até mesmo lançamentos fílmicos e serviços bancários. Ao que parece a inovação tem demonstrado resultados. Por exemplo, a marca Feroni repetira o investimento, em mais de uma ocasião, no início de cada ano letivo entre 2008 e 2010.

Com monopólio simbólico do game *Ragnarök Online*, a empresa mantenedora do BRO investiu em três tipos de veiculação de marcas: no *patch client*, *in game* e por meio do site ou fórum oficial. O *patch client* é a parte do software do game *Ragnarök Online* instalado no computador dos jogadores, sendo responsável pela atualização do software e estabelecer a conexão aos servidores. Quando o jogador clica no ícone do jogo (geralmente situado no *desktop*), o *patch client* começa a “carregar”, ou seja, ele faz o *download* das atualizações do jogo direto do domínio oficial da *Level Up!*. Neste momento surge uma interface que possibilita a empresa veicular imagem, som e texto principalmente (conferir a aparência do *patch client* aberto no *desktop* nas imagens em Apêndices I, III, IV, V e VI).

O termo utilizado aqui, “veiculação *in game*”, sugere nada mais que a determinação e transmissão de mensagens com conteúdo simbólico dentro do game *Ragnarök Online*. Em um nível mais elementar, apresenta-se na forma textual em chats globais, que todos os jogadores online podem assimilar simultaneamente. Há ainda uma forma mais complexa, que existe na estratégia de criação de eventos no jogo atrelados a marcas. Nos eventos há customização de *sprites* do jogo com apelo das marcas. Por fim, como característica do meio, o site e o fórum muitas vezes funcionavam como apóio descritivo, trazendo mais informações e regulamentos das promoções, quando estas se tratavam de eventos (ver uma exposição de um evento no site oficial do jogo em Apêndice II).

Apresenta-se abaixo uma lista sucinta de algumas manifestações da prática do *advergame* no *Ragnarök Online*, que ocorreram no período da pesquisa. Em Anexos, encontram-se as imagens capturadas diretamente do *desktop* do pesquisador por meio da tecla *Print Screen*.

Em setembro de 2008, foi veiculado um concurso para a divulgação do DVD do filme *Os Seis Signos da Luz*. A promoção foi anunciada no *patch client* do jogo.

Em abril de 2008, uma campanha com a marca Axe Dark Temptation foi motivo de um concurso entre jogadores. Era um evento de invasão de monstros especiais às cidades do jogo, que deixavam cair uma Essência de Axe. Os jogadores que juntassem o maior número destes itens seriam premiados dentro do jogo. Um link dentro do site oficial do *Ragnarök Online* continha o regulamento da competição. No *patch client* do jogo era anunciado: “Acumule o máximo de Axe Dark Temptation e fique irresistível!”.

Em setembro de 2009, a marca Riclan fez uma campanha completa com seu produto chicletes Buzzy. Além do anúncio no *patch client* e no site oficial do *Ragnarök Online* houve também eventos in game. As cidades eram frequentemente invadidas por monstros especiais que ao serem derrotados deixavam cair um Chiclete Recheado Buzzy Ball. Aqueles que conseguissem o maior número de chicletes seriam premiados. O jogador ainda poderia trocar 20 chicletes em um NPC especial por vantagens dentro do jogo.

Em dezembro de 2009, o Banco Santander investiu em veiculação no *patch client*. Era ofertado um serviço de conta universitária. O mote da campanha: “A gente acredita que o universitário pode transformar a realidade”.

Em janeiro de 2009 e 2010, foi veiculado no *patch client* um vídeo em baixa resolução dos Cadernos Feroni. Além disso, havia um link para o site. O slogan da campanha foi: “Cadernos Feroni. Quem tem atitude usa”. No mesmo período em 2010, observara-se anúncios in game em *chat* global (um anúncio textual para todos os jogadores online no game). Foi veiculado: “Cadernos FERONI sua missão nessa jogada é escolher um”.

Ainda que a empresa detenha o que se chama aqui de “monopólio simbólico do meio”, não custa ressaltar que o *spam bot* é uma forma de confrontar esta determinação contratual entre a empresa e seus usuários. Os jogadores são orientados pela própria empresa a abrirem *chats* dentro do jogo, a fim de anunciarem seus itens virtuais e pretensões de agremiações sociais. Mesmo que existam *bots* que conseguem manipular a abertura de *chats* de forma a criarem sinalizações móveis que nenhum jogador consegue organizar. Abrindo e fechando *chats*, eles podem anunciar várias linhas de texto, usualmente para anúncios ilegais. O efeito é muito similar ao de um telão eletrônico real.

Conclui-se que a situação de impunidade dos *bots* e o comércio ilegal de venda de contas e *zennys* evidencie que não é apenas privilégio da empresa o anúncio de serviços e produtos in game. O *Ragnarök Online* é deste modo um palco de disputas pelo poder. Para a empresa talvez se trate de uma competição desleal dentro de sua própria casa. Mas apesar do risco das negociações ilegais nos mercados virtuais, é claramente uma manifestação do *empowerment* dos usuários da nova mídia.

CONCLUSÃO

A tecnologia transformou profundamente o cotidiano das pessoas nas últimas décadas, principalmente no final do segundo milênio. O jeito de ser (porque não dizer o próprio ser) foi invadido pelas máquinas, engenhocas que cumprem tarefas das mais banais às mais relevantes. Estas transformações também dão impulso a uma nova forma de comunicação. Em pleno início do século XXI a conversa casual, a comunicação interpessoal e a interação entre indivíduos se cumprem mediadas pelas chamadas novas mídias.

Além disso, os computadores pessoais perderam a exclusividade sobre a internet para outros dispositivos tecnológicos como celulares e Ipods. Mesmo carros e aparelhos domésticos estão se conectando à “grande rede” – lembrando a iminência da implantação da televisão digital no país (verdadeiramente interativa?) com todas as suas possibilidades infinitas. Se toda informação é digital, e logo tudo e todos estarão conectados, é legítimo perguntar se mesmos as pessoas serão reduzidas a informação.

Tecnofóbicos diriam que passamos a viver pelas máquinas. Certamente estamos em meio a uma transição ideológica, ainda em conflito com valores modernistas. Contudo, gradualmente deixamos de temê-las e odiá-las por historicamente roubarem papéis humanos e afetarem nosso modo de ser e trabalhar. Por exemplo, cada inovação tecnológica nas fábricas desempregava vários trabalhadores, criando no imaginário coletivo um tecno-fantasma que iria subjugar seus criadores, igual ao monstro de Frankenstein. Na verdade, por muito tempo fomos – ainda somos – escravizados pelos patrões, não pelas máquinas. Hoje passamos a viver junto a elas, como pseudo-ciborgs. Tudo indica uma mudança de espírito de época.

Lévy (1999) e Lemos (2004a) nos mostram que já somos uma sociedade cibernética e as transformações persistem a cada nova invenção ou atualização, não superada pelas máquinas, mas adaptando nossos costumes a elas. O temor da superação do ser humano pelas máquinas é um fantasma antigo, que retorna com o aparecimento de relacionamentos cibernéticos. Este estudo demonstra que os jogos massivos criam relacionamentos cibernéticos, além de transmitirem valores e significados próprios da cultura dos jogadores. Assim, a mídia pós-moderna pode ser um campo aberto a novas possibilidades comunicacionais. Resta saber explorá-las adequadamente.

Tudo isso justificou uma melhor análise e reflexão sobre as novas formas de agrupamentos sociais, a dinâmica colaborativa e os relacionamentos emergentes dentro de

fóruns e de um game online. Ambos relacionados com o macro conceito de “comunidade do BRO”.

Ao participar efetivamente de uma comunidade virtual dentro de um jogo, ingressando em um clã, o jogador/pesquisador pode por à prova todos os conceitos de interação, comunicação e socialização virtual, bem como a pertinência do estudo de Maffesoli sobre a socialidade para compreensão da emergência dos novos agrupamentos não proximais dentro do espaço virtual de um game online. Pode-se ver, por exemplo, que uma das características do espírito comunitário de que fala Maffesoli, o segredo, encontra-se manifesto em clãs no game Ragnarök Online. Ao aderir a um clã o jogador toma conhecimento de uma variedade de informações restritas àquele grupo de jogadores, como também se conecta à rede social que se forma por meio deles.

Os clãs de jogadores possuem seus objetivos e estratégias para alcançá-los. Um clã, que alcançou sua capacidade máxima de recrutamento de jogadores, procura aliados para expandirem seu poder de combate contra outros clãs. Mesmo que vença, o clã aliado não possui os privilégios que o clã principal, podendo haver trocas dos jogadores entre estes clãs para que todos passem a usufruir, em seu tempo, das masmorras e castelos dos feudos conquistados. Sendo assim, a confiança e a solidariedade entre seus membros são essenciais para alcançarem os objetivos em comum.

Todavia, observando-se os diferentes níveis de relacionamentos entre membros de clãs, os diferentes níveis de intimidade entre os elementos que participam de um clã, evidencia-se que nem todo clã manifesta-se como uma forma de comunidade virtual. Enquanto algumas pessoas utilizam-se do espírito comunitário – ainda latente na sociedade contemporânea – de forma mercadológica para agremiação de membros e clientes potenciais, outros demonstraram de fato vínculos solidários e familiares. Assim, as conexões criadas em um game online podem se expandir do espaço circunscrito pelo jogo para atrelar-se de vez ao cotidiano real das pessoas. Mesmo que não haja proximidade física entre os participantes destas comunidades, existe uma troca de experiências de jogo e de vida entre eles. Um verdadeiro intercâmbio de conhecimentos, culturas, valores e opiniões auxiliando o desenvolvimento dos relacionamentos na medida que os próprios agentes se desenvolvem enquanto pessoas, praticando seu discurso e exercendo seu direito de liberdade de expressão.

Resta dizer que é desafiante o papel das empresas de entretenimento interativo, a exemplo da Level Up! Games, mantenedora oficial dos servidores BRO. A empresa é responsável pela manutenção técnica das ambiências virtuais oficiais do Ragnarök Online, mas igualmente se auto-determina como mediadora de conflitos entre seus clientes, os

jogadores imersivos. O fato das atividades ilegais serem recorrentes no Ragnarök Online e da pouca competência da empresa em agir de acordo com seu papel, torna evidente como a carência de uma legislação específica para mundos virtuais é causadora de uma avalanche de problemas para a comunidade de jogadores do BRO. Isto se ilustra na impunidade dos usuários de bot e se manifesta também na falta de voz dos usuários enquanto clientes contratadores de um serviço de entretenimento interativo online.

Nisso, é importante ressaltar, o que seria índice de falência ou decadência de uma comunidade. O desencantamento e a falta do entendimento comum entre os membros levariam à desintegração da própria comunidade.

Na atualidade, ainda que se fale no fenômeno da mediação de significados (signos e valores) deixe de ser exclusividade das grandes corporações, fazendo parte do dia-a-dia dos usuários da nova mídia, há casos em que o próprio sistema comunicacional não permite total liberdade de representação individual, ao contrário, praticando a difusão de uma ideologia dominante. A empresa de entretenimento interativo, os usuários jogadores e os transgressores são pólos conflitantes em disputas sem fim por espaço e recursos, e de outra forma pelo balanceamento da comunidade do BRO.

Conforme proposto inicialmente, ao se discutir a gênese da cultura dos games, caracterizada como uma cultura tecnológica e mercadológica. Uma das hipóteses iniciais legitima-se nesta pesquisa, a participação dos jogadores na elaboração do conteúdo do Ragnarök Online, seu papel como co-autores, tanto na colaboração com o fórum, quanto nas novas agremiações sociais e participação. Sendo assim, torna-se evidente a colaboração dos usuários da nova mídia como co-responsáveis pelas manifestações existentes em games da categoria analisada.

Este estudo procurou, também, compreender se os games massivos online, especialmente na categoria MMORPG, superam o papel tradicional de meio de difusão unilateral de mensagens, para servirem à interação e socialização massiva de jogadores imersivos, existindo ou não, uma nova forma de socialização contemporânea mediada por dispositivos informacionais.

Sobre as possibilidades comunicacionais observadas no Ragnarök Online, uma nota final. Enquanto se pensava em que medida seria restrita a interação mediada por dispositivos tecnológicos, os games online são produtores de outras formas de “deixas simbólicas”, resultantes da linguagem da hipermídia, como se demonstra no uso dos emoticons pelos jogadores em suas conversações. De fato, quando comparada a comunicação face-a-face, esta

nova linguagem ainda é limitada. Ainda assim, revela uma possibilidade de exploração criativa para os game designers. Ao produzirem novas formas de expressão simbólicas.

Neste trabalho se expôs as mudanças no paradigma contemporâneo comunicacional, para abrangerem jogos eletrônicos chamados de MMORPG. Mesmo que não se domine todos os aspectos técnicos da comunicação digital online, ainda assim, como as pessoas se relacionam com as máquinas influenciará a forma como elas se relacionam com elas próprias. Isto se consagra no jeito como elas se divertem e se “encontram” virtualmente.

REFERÊNCIAS

A ERA DO VIDEOGAME. **Documentário**. Discovery Channel Brasil. 5 episódios (aproximadamente 45 min cada). s.d.

AARSETH, Espen. **Cibertext: perspectives on ergodic literature**. Baltimore and London: The John Hopkins University Press, 1997.

AARSETH, Espen. **Playing research: Methodological approaches to game analysis**. [online] Paper presented at the Melbourne, Australia DAC conference, maio, 2003. Disponível em: <<http://www.spilforskning.dk/gameapproaches/GameApproaches2.pdf>> Acesso:23/09/09

ARENARI, Brand. **Ferdinand Tönnies e o romantismo trágico alemão: revisitando um clássico esquecido**. PERSPECTIVAS ONLINE, Campos dos Goytacazes, v.1, n.4, p.35-49, 2007. Disponível em: <[http://www.perspectivasonline.com.br/revista/2007vol1n4/volume%201\(4\)%20artigo4.pdf](http://www.perspectivasonline.com.br/revista/2007vol1n4/volume%201(4)%20artigo4.pdf)> Acesso:17/09/09

ASSIS, J. **Artes do videogame: conceitos e técnicas**. Online: 2006. Disponível: <http://www.cap.eca.usp.br/poeticasdigitais/artigos/artesdovideogame_1ponto1.pdf> Acesso:24/01/2010

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro:, Jorge Zahar Ed., 2001.

BERLO, D. K. **O processo da comunicação**: Introdução à teoria e à prática. 10ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens**. Lisboa: Edições Cotovia. 1990.

CAMPBELL, J. **O herói de mil faces**. São Paulo: Circulo do Livro, SD.

CANCLINI, Nestor. **Culturas Híbridas**. 4ªEd. São Paulo: Editora da Universidade São Paulo, 2008.

CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas**: ciência para uma vida sustentável. 11ªEd. São Paulo: Cultrix, 2002.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTRONOVA, Edward. **Virtual worlds: a first-hand account of market and society on the cyberian frontier**. 2001. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=294828> Acesso:23/09/09.

CLIFFORD, James. **A experiência etnográfica. Antropologia e literatura no século XX**. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 2002.

COMTE-SPONVILLE, André. **Pequeno tratado das grandes virtudes**. SP: M. Fontes, 1995.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. 2ª ed. São Paulo: Edusc, 2002. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>> Acesso:23/09/09

FALCÃO, Thiago. **Mundos virtuais como híbridos entre jogos eletrônicos e comunidades virtuais**. In: Brazilian Symposia on Games and Digital Entertainment - SBGames 2007, 2007, São Leopoldo - RS. Proceedings of Brazilian Symposia on Games and Digital Entertainment - SBGames 2007. São Leopoldo : Ed. Unisinos, 2007.

FRAGOSO, Sueli. *Games online como terceiros lugares*. IN: Revista **Fronteiras, estudos midiáticos**, X(1): 36-45, jan/abr 2008, Unisinos: 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0876-1.pdf>> Acesso:19/09/09

FRANCO, Edgard. *Será o pós-humano? Ciberarte & Perspectivas Pós-Biológicas*. [online] IN: **Comunidade virtual de Antropologia**. 2007. Disponível em: <<http://www.antropologia.com.br/colu/colab/c33-efranco.pdf>> Acesso:23/09/09

GAMA ALVES, Lynn Rosalina. **Game Over: Jogos eletrônicos e violência**. Tese de doutorado. Universidade Federal da Bahia. Salvador. 2004

GIBSON, William. **Neuromancer**. Canadá: Editora Ace Books. 1984.

GOLZIO, Derval; MENDES, Olavo. *Jogos de guerra e o estereótipo do terrorista no videojogo America's Army: territorialização, guerra e alteridade islâmica*. IN: **Culturas midiáticas**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. – Ano I, n.1 (jul_dez.2008). João Pessoa: UFPB, 2008. pp.170-183.

GUIMARÃES JR. Mário J. L. *De pés descalços no ciberespaço: tecnologia e cultura no cotidiano de um grupo social on-line*. IN: **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 10, n. 21, p. 123-154, jan./jun. 2004.

HENDERSON, J. *Os Mitos Antigos e o Homem Moderno*. In: JUNG, Carl. **O Homem e Seus Símbolos**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira. 1964.

HUIZINGA, J. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura**. 4ª Ed. São Paulo: Editora Perspectiva S.A. 1996.

JUNG, C. **O Homem e Seus Símbolos**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1964.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

LANG, Jean. **Mitos universais: mitos e lendas dos povos europeus**. São Paulo: Ed. Landy, 2003.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço**. 3ªEd. São Paulo: Iluminuras, 2005.

LE MOS, André. *Agregações eletrônicas ou comunidades virtuais? Análise das listas facom e cibercultura*. [online] 404nOtF0und, ANO 2, VOL 1, N. 14 • março/2002. IN: **Ciberpesquisa - Centro de Estudos e Pesquisas em Cibercultura**. Disponível em: <<http://www.ilse.pro.br/tesisilse/tesis/webgrafiadocumentos/Lemos%20Agrega%E7%F5es.doc>> Acesso:23/09/09

LE MOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LE MOS, Andre. *Cidade-ciborgue. A cidade na cibercultura*. In: **Galáxia**. Revista Transdisciplinar de Comunicação, Semiótica, Cultura. n. 8, outubro de 2004., PUC-SP, São Paulo. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cidadeciborgue.pdf>> Acesso:20/09/09

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 5ªEd. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999. 264 p.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** Tradução: Paulo Neves. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2007

MACHADO, A. *O sujeito no ciberespaço*. IN: **Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas**. (org. José Luiz Aidar Prado). São Paulo: Hackers Editores, 2002. pp. -

MAFFESOLI, Michel. *A comunicação sem fim* (teoria pós-moderna da comunicação). [online] IN: **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, Vol. 1, No 20, 2003. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/336/267>> Acesso:23/09/09.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades pós-modernas**. 4ªEd. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MARQUES, A.; CEONI, K. *O Histórico e a Importância da Mídia Digital nos Jogos On-Line: dos RPGs tradicionais para os CRPGs e os On-Line*. [online] Trabalho apresentado ao GT 8 – História da Mídia Digital, do V Congresso Nacional de História da Mídia, realizado em São Paulo, de 31 de maio a 2 de junho de 2007. Disponível em: <<http://www.redealcarr.jornalismo.ufsc.br/resumos/R0107-1.pdf>> Acesso:16/09/09

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 1979.

MENEGUETTE, L. C. ; OLIVEIRA, A. G. ; PIRES JUNIOR, J. C. *A nova VGmusic: Música Adaptativa e Paisagens Sonoras Ecologicamente Orientadas*. 2007. [online] Trabalho apresentado no Simpósio de Iniciação Científica da Faculdade de Informática de Presidente Prudente (Universidade do Oeste Paulista) Disponível em: <http://www.gamecultura.com.br/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=521> Acesso:16/09/09

MICROCOMPUTADOR JOGOS. **Revista**. Barcelona: Editora Globo, (1984) 1987.

NICOLAU, Marcos. *Fluxo, conexão, relacionamento: um modelo comunicacional para as mídias interativas*. IN: **Culturas midiáticas**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. – Ano I, n.1 (jul_dez.2008). João Pessoa: UFPB, 2008. pp.38-53.

NIETZSCHE, Friedrich. **Assim falava Zaratustra: um livro para toda a gente e para ninguém**. São Paulo: Edições e publicações Brasil Editora S.A., 1957.

NIETZSCHE, Friedrich. **Crepúsculo dos ídolos** (ou como filosofar com o martelo). Tradução: Marco Antonio. 2ªEd. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.

PAIVA, Cláudio. *Elementos para uma epistemologia da cultura midiática*. IN: **Culturas midiáticas**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. – Ano I, n.1 (jul_dez.2008). João Pessoa: UFPB, 2008. pp. 9-27.

PEIRCE, Charles. **Semiótica**. (Trad.) Teixeira Coelho Netto. São Paulo: Perspectiva, 2003.

PEREIRA, Carmen. *Territórios e memórias como elementos de construção e reflexão metodológica na pesquisa em comunicação*. IN: MALDONADO, Alberto; BONIN, Jiani; ROSÁRIO, Nísia. (orgs.) **Perspectivas metodológicas em comunicação: desafios na prática investigativa**. João Pessoa: UFPB, 2008. pp.165-180.

PRIMO, Alex. *A emergência das comunidades virtuais*. In: **Anais Intercom 1997 - XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 1997. Santos: 1997. Disponível em: <http://www.pesquisando.atraves-da.net/comunidades_virtuais.pdf>. Acesso:23/09/09.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

QUARESMA, Silvia. *Durkheim e Weber: inspiração para uma nova sociabilidade, o neotribalismo*. IN: **Em Tese** – Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC. Vol. 2 nº 1 (3), janeiro-julho/2005, p. 81-89.

RECUERO, Raquel. **Comunidades Virtuais e Sites de Redes Sociais**. Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/comunidades_virtuais_e_sites_de_redes_sociais.html> Acesso:21/09/09

RECUERO, Raquel. **Comunidades Virtuais: Questionamentos e Discussão**. Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/comunidades_virtuais_questionamentos_e_discussao.html> Acesso:21/09/09

RHEINGOLD, Howard. **The Virtual Community**. [online]. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book/>> Acesso:29/09/09

SÁ, Simone de. *Netnografias nas redes digitais*. In: PRADO, José Luiz Aida (org.) **Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas**. São Paulo: Hackers Editores, 2002. pp. 147-164

SANTAELLA, Lúcia. *A ecologia pluralista das mídias locativas*. IN: DOSSIÊ ABCiber, **Revista FAMECOS**, nº 37, dezembro de 2008, quadrimestral. Porto Alegre, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003a.

SANTAELLA, Lúcia. *Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano*. IN: Tecnologias do imaginário. **Revista FAMECOS**, nº 22, quadrimestral, dezembro. Porto Alegre: 2003b. pp.23-32.

SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da linguagem e pensamento**. Sonora visual verbal. São Paulo: Ed. Iluminuras LTDA, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. 2ªEd. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTOS, Laymert. (Entrevista). *Demasiadamente Pós-Humano*. Realização: Grupo Conhecimento, Tecnologia e Mercado (CteMe). 30 de março de 2005. IN: **Novos Estudos, CEBRAP**, nº72, julho, 2005. pp.161-175 Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/nec/n72/a09n72.pdf>> Acesso:23/09/09

SILVA, Duarte. *Por Uma Epistemologia da Comunicação*. In: Maria Immacolata Vassalo de Lopes. (Org.). IN: **Epistemologia da Comunicação**. 01 ed., v. 01. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** 2ª Ed. São Paulo: Edições Loyola. 2005.

SOUSA, I. & MAGALHÃES, H. *Interseções entre cultura midiática, cibercultura e gamecultura: o Ragnarök como processo sociocomunicacional e mediador da conscientização ambiental*. IN: **Culturas Midiáticas**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, Ano I, nº1 (jul_dez.2008). João Pessoa: UFPB, 2008.

SOUSA, I. **Mitos degenerados: de como a Publicidade transforma mitos em hipoícones**. Monografia de conclusão de curso (Comunicação Social – Publicidade e Propaganda) – Instituto Superior de Educação da Paraíba. João Pessoa: 2005. Orientador: Prof. Dr. Marcos Nicolau.

SOUSA, Igor. *Cibersocialidade e a emergência de relacionamentos cibernéticos nos jogos massivos: o significado de Socialidade na mídia pós-moderna*. IN: **Revista eletrônica Temática**, 2008. Disponível em:
<http://www.insite.pro.br/2008/Dezembro/Cibersocialidade_MMORPG_Ramady.pdf>
Acesso:23/09/2009

SOUSA, Igor; MAGALHÃES, Henrique. *Interseções entre cultura midiática, cibercultura e gamecultura: o Ragnarök como processo sociocomunicacional e mediador da conscientização ambiental*. In: **Culturas Midiáticas**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. – Ano I, nº1 (jul_dez.2008). João Pessoa: UFPB, 2008. pp.151-169.

SOUSA, Igor. *Mundos Virtuais: múltiplas possibilidades para múltiplos jogadores*.(online) In: **Conexões Midiáticas**. Revista dos alunos do programa de pós-graduação em comunicação da UFPB, nº1, abril-setembro de 2009. pp.1-14. Disponível:
<http://www.insite.pro.br/P%C3%A1ginas%20novas/mundos_virtuais_sousa.pdf>
Acesso:24/01/2010. Anais do II Gamepad: Seminário de games, comunicação e tecnologia. Novo Hamburgo: Feevale, 2009. pp.62-70. Disponível em:
<<http://www.feevale.br/files/documentos/pdf/28269.pdf>> Acesso:24/01/2010

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução: Wagner de Oliveira. 10ªEd. Petrópolis: Vozes, 2008.

TÖNNIES, Ferdinand. **On Gemeinschaft and Gesellschaft**. Reproduzido de Community and Society: Gemeinschaft und Gesellschaft by Ferdinand Tonnies. Traduzido e editado por Charles P. Loomis, pp. 223-231. Copyright 1957, The Michigan State University Press. Disponível em: <<http://www.cf.ac.uk/socsi/undergraduate/introsoc/gemein.html>>
Acesso:17/09/09

TRAVANCAS, I. S. *Fazendo etnografia no mundo da comunicação*. In: Jorge Duarte; Antonio Barros. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ªEd. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2005, v. 1, p. 98-109.

VIEIRA, João; COELHO, Luiz. *Subjetividade virtual em "nova carne"*. IN: **Revista Fronteiras-Estudos Midiáticos**. São Leopoldo, RS, vol. III, Número 1, junho de 2001, pp. 71-82. Disponível em: <<http://wwwusers.rdc.puc-rio.br/imago/site/virtualidade/ensaios/nvcarne.htm>> Acesso:20/09/09

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. Trad. Karina Jannini. 3ªed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

GLOSSÁRIO

A

ARPANET : (Advanced Research Projects Agency Network): Criada em 1969 originalmente para fins militares de defesa. Precursora da Internet, designada de acordo com sua principal patrocinadora a Advanced Research Projects Agency (ARPA) – conhecida mais recentemente por Defense Advanced Projects Research Agency (DARPA).

B

BBS: (Bulletin Board System): Sistema que permite fazer acesso à internet. Responsável pelas primeiras comunidades virtuais e pelo surgimento dos MUDs.

Bot: (acrônimo de Robot): No contexto dos games, é um programa que ao ser instalado no computador do usuário/jogador possibilita a autonomia de seus personagens. Uma prática considerada “ilegal” nos games online, especialmente na categoria MMORPG em que causa impacto na economia do jogo.

C

CG: (Computer Graphics): Denomina as seqüências de animação nos games. Não necessitam de cálculos do processador para serem geradas, pois são cenas “pré-escritas”, portanto podem utilizar de uma qualidade gráfica superior.

CGI: (Computer Graphics Imagery): Descrever as cenas de animação com personagens digitais, como o Gollum, da trilogia O Senhor dos Anéis.

D

Dial-up: Método de acesso a uma rede ou computador remoto através da rede telefônica.

Download: Transferência de um arquivo da internet diretamente para um computador remoto.

E

Emoticons: São ícones gráficos que têm como função principal transmitir idéias e emoções enquanto você se comunica com outras pessoas. (fonte: site oficial *Ragnarök Online*)

Ethernet: Um tipo de padrão usado para a conexão física de redes locais, desenvolvido pelo Palo Alto Research Center (PARC) da Xerox (EUA). Descreve protocolo, cabeamento, topologia e mecanismos de transmissão.

F

FAQ: (Frequently Asked Questions): “Perguntas Mais Frequentes” feitas sobre determinado assunto, geralmente organizadas em forma de lista.

FMV: (Full Motion Video): Conhecidos igualmente por FMVG. Designação de um gênero de game que se utiliza tanto de CG quanto de imagens filmadas de atores reais.

G

GM: (game master): Usuário de nível mais alto (porém abaixo do admin), com acesso aos comandos necessários para criar/destruir itens, atribuir pontuação extra a usuários, transformá-los em monstros, editar/reiniciar NPCs, desconectar/banir usuários, mandar mensagens a todo o server, entre outras. (fonte: fórum BRO)

Guerra do Emperium: ver "WoE".

Guerra de guildas: ver "WoE".

H

Hacker: Sub-cultura informacional que teve papel determinante no surgimento da Internet – os *Hackers*. Denomina também indivíduo que tenta invadir um sistema informacional – o *hacker*.

Headset: Fones de ouvido e microfone combinados em um único aparelho.

Homúnculo: (homunculus). Forma de vida artificial criada pelos alquimistas através da habilidade "criar homunculus". Apesar de parecer um pet, o homunculus é guiado pelo cliente de Ragnarök do alquimista, com base nos scripts .lua disponíveis na pasta do mesmo. (fonte: fórum BRO)

I

In game: Estado que se apresenta “dentro do game”.

IP: (Internet Protocol): Protocolo responsável pela transferência de dados entre dois sistemas que utilizam a família de protocolos TCP/IP desenvolvida e usada na Internet.

IRC: (Internet Relay Chat): Um serviço de chat (uma forma de comunicação escrita online) entre vários usuários pela Internet.

K

Kina: (knight): Uma classe de personagem 2-1. São os cavaleiros e sua evolução é o lorde (lord kina).

Kore: ver "openKore".

L

Leech: Significa “sanguessuga”. Prática conhecida nos MMORPG em que um personagem sem estar em atividade apenas “suga” experiência de outro ativo. Compra-se leech ou o jogador pratica leech nele mesmo, a partir de outra conta de jogo. Entre os *Hackers*, denominam-se leech os indivíduos que consomem um conhecimento sem gerar um novo software, rachaduras ou técnicas, ou nos sites e fóruns hackers/crackers, aquele que pressiona constantemente pedindo fontes de informação e/ou assistência, mas não tem nada a contribuir. Na cultura BBS, define-se especificamente um leech como alguém que faz downloads de arquivos com poucos ou nenhum upload em troca, não contribuindo para a seção de mensagens. (Fonte: TNHD)

Link: (conexão): A forma com que páginas e arquivos estão relacionados na internet.

lhz: (Lighthalzen): Uma cidade do Ragnarök Online que não integra Rune-Midgard.

lhz_dun: (Biolabs): Mapas do laboratório na cidade de Lighthalzen, onde se encontra vários monstros humanóides. (Fonte: Fórum BRO).

lol: (Laughing Out Loud – LOL): Significa “rindo muito alto”. Gíria utilizada em chats e fóruns. (fonte GEEK.COM) Atualmente denota mais ironia que risadas propriamente ditas. Alguns jogadores podem nem perceber que a expressão tem origem em uma sigla inglesa, talvez por isso tenha se adaptado as formas icônicas dos emoticons como em /o/ ou \o/

Login: O login é o nome que o usuário utiliza para fazer acesso a uma determinada área restrita.

M

Merca: (mercador): Uma classe de personagem 1-1.

Modem: (MODulador/DEModulador): Dispositivo informacional que permite que um computador use a linha telefônica para transferir informações pela internet. Converte os pulsos digitais do computador para frequências de áudio (analógicas) do sistema telefônico, e converte as frequências de volta para pulsos no lado receptor. O modem também disca a linha, responde à chamada e controla a velocidade de transmissão, medida em bps.

MMOG: (Massive Multiplayer Online Game): É um gênero de game online que permite múltiplos jogadores imersivos simultâneos. Ainda é um gênero dominante dos PC, apesar de alguns consoles da última geração disponibilizarem seus servidores.

MMORPG: (Massive Multiplayer Online Role Playing Game): Ainda não existe um consenso para sua tradução, mas a que mais se aproximada seria “jogo de interpretação de papéis para múltiplos jogadores em rede e em massa.

N

Nob: (nb, noob, nubi): expressão de origem inglesa utilizada em ambiências digitais significando “novato” (newbie). Utilizada como expressão depreciativa de outros jogadores na comunidade BRO.

Nubi: modo "carinhoso" de dizer "noob". Ver Nob.

O

Online: “Em rede”.

OpenKore: É um assistente automatizado do *Ragnarök Online*. Ver Bot.

P

Pageview: Página visualizada através de um clique ou um comando. Para o mercado publicitário um pageview é a unidade de mensuração de uma página visitada.

Pacote: Pacote é um conjunto de bits compreendendo informação de controle, endereço fonte e destino dos nós envolvidos na transmissão.

Point-and-Click: Significa "Apontar-e-Clicar". Estilo de jogabilidade no qual os personagens não são controlados diretamente, mas ao invés disso o jogador aponta para algum lugar, pessoa ou objeto e clica, fazendo com que o personagem faça alguma ação com aquele objeto, fale com aquela pessoa ou ande até aquele lugar. Típico de computadores, por usar quase que exclusivamente o mouse. Muito usado em jogos do início da década de 90, como Full Throttle, The Dig, Sam & Max – Hit The Road e Day of The Tentacle. (fonte: Glossário Gamer)

Protocolo: Uma descrição formal de formatos de mensagem e das regras que dois computadores devem obedecer ao trocar mensagens.

R

ROP: Sistema de crédito in game criado pela Gravity.

S

Single Player: Modo de jogo para um jogador.

T

TCP/IP: (Transmission Control Protocol/Internet Protocol): Protocolo padrão de comunicações de rede utilizado para ligar sistemas de computadores através da Internet.

U

UNIX: Sistema operacional que permite que vários usuários compartilhem os recursos de um computador simultaneamente.

URL: (Uniform Resource Locator): Código para localização universal de um endereço na internet. <http://www.google.com.br> é um URL.

W

WOE: (War Of Emperium): Significa “Guerra do Emperium”. Emperium é um cristal que precisa ser defendido pelo clã que é dono de um castelo. Os clãs que invadem o castelo precisam “quebrar” o Emperium para tomarem posse do mesmo. Pode-se considerar a WOE um dos objetivos principais da formação de clãs no game *Ragnarök Online*. O domínio de um castelo dá status ao clã e privilégios especiais in game.

WWW: (World Wide Web): Significa “teia de alcance mundial”. É o sistema de informação e de fontes da Internet baseado no hipertexto e multimídia que teve o crescimento mais rápido em toda a rede, permitindo a navegação nos sites, comunicação (através de e-mail ou formulário), conta bancária, turismo, etc. Tornou-se outra denominação para Internet.

X

XMODEM: Tipo de protocolo de comunicação.

ANEXOS

Optou-se pela inclusão das entrevistas em anexos, para se evitar longas passagens vertiginosas no texto da dissertação. Como parte documental da pesquisa, estas entrevistas auxiliam ao leitor um vislumbre da conversação entre os jogadores e o pesquisador. O linguajar e a interpolação de sentenças, característicos em *chats*, são algumas dificuldades encontradas em entrevistas com jogadores imersivos. Por exemplo, o modo abreviado de suas expressões, que se originam diretamente do dialeto dos Fóruns e mIRC's, como “vc” em vez de “você”. Também o uso dos emoticons textuais, como ^^ para sorriso e =\ para expressar tristeza. É interessante expor, do mesmo modo, a forma que as sentenças dos diálogos se atravessam, originando uma fragmentação de sentido, que necessita esforço dos interlocutores a fim de retomarem as suas idéias.

Anexo I – Entrevista Kyle_

Lebre Declipse : Vc já deve ter
entrado em alguns clãs né? Nesse
tempo de RAG

Kyle_ : mas o que eu fiz que poucas
pessoas conseguem ?

Lebre Declipse : Participar disso
aqui

Lebre Declipse : Entrevista

Kyle_ : passei minha vida toda
nesse clã aqui,tentei outros

Lebre Declipse : Muitas pessoas se
assustam

Kyle_ : mas nunca sai desse sabe

Lebre Declipse : O Bot Killers é
antigo?

Kyle_ : [nesse clã,só que no do
outro server]

Kyle_ : no outro server era
"Guardiões das Sombars"

Kyle_ : Sombras *

Lebre Declipse : Eram os mesmos
líderes e membros?

Kyle_ : não

Kyle_ : só os líderes

Lebre Declipse : Poxa isso é
interessante pra mim.

Kyle_ : lembra que eu disse que
muitos desapareceram

Kyle_ : ?

Kyle_ : ops

Kyle_ : saiu só os "?"

Kyle_ : mals

Lebre Declipse : ^^

Kyle_ : eu disse "lembra que eu
disse que os outros

Kyle_ : desapareceram" ?

Kyle_ : ^^

Kyle_ : só restou os líderes

Lebre Declipse : ah tah

Lebre Declipse : Me dis uma coisa

Lebre Declipse : O que vc acha de
clã

Lebre Declipse : É necessário no
RAG a pessoa entrar em um clã?

Kyle_ : não

Kyle_ : se ela não quiser não é

Kyle_ : mas é legal se ela quiser
conhecer gente nova

Kyle_ : nesse meu clã,eu nunca sai
dele porque

Kyle_ : é como se fosse uma
família

Lebre Declipse : Que jóia ^^

Kyle_ : antes era mesmo,hoje

sinceramente

Kyle_ : ele é mais sem graça

Lebre Declipse : Vc tem esse
sentimento de família no clã legal

^^

Kyle_ : ele é mais sem graça porque
o povo não conversa o TANTO que o
outro

Lebre Declipse : Então mudou alguma
coisa ...?

Kyle_ : mudou os membros

Kyle_ : =/

Lebre Declipse : Ah tah entendi

Kyle_ : sabe,nunca vai ser a mesma
coisa

Kyle_ : nunca mais

Kyle_ : =/

Lebre Declipse : Me diz outra
coisinha

Lebre Declipse : Vc já teve ajuda
do clã para algum objetivo seu ser
realizado?

Kyle_ : sim ^^

Kyle_ : sempre

Kyle_ : agora mesmo o lider me
ofereceu um Jibóia ou Pintinho

Kyle_ : ^^

Kyle_ : éé que quando eu comecei

Kyle_ : ele foi uma das primeiras
pessoas que conheci

Kyle_ : daí como eu era pequeno e
etc...

Kyle_ : ele virou rtipo meu "pai"

sabe...

Kyle_ : só voltei a jogar porque
ele insitiu

Lebre Declipse : Poxa, então
entendi melhor o que vc quis dizer
com família ><

Lebre Declipse : Outra coisa,
prometo que to ja acabando ^^

Kyle_ : tem problema não

Kyle_ : ^^

Lebre Declipse : Vc já adicionou
pessoas do RAG no MSN , Orkut?

Kyle_ : hmmm

Kyle_ : eu adicionei o "pai" nos 2

Kyle_ : e no meu email antigo eu
tinha o Blue

Kyle_ : mas ontem eu ADD uma amiga
do clã também

Lebre Declipse : Que legal ^^

Kyle_ : só esses

Kyle_ : assim que eu voltei ela me
deu uma penca de itens

Kyle_ : eu nem imaginava que a
ajuda que eu dei pra umas pessoas

Kyle_ : quando eu era do outro
server seria recompensado assim

Kyle_ : ^^

Lebre Declipse : Bom.

Lebre Declipse : Sua experiencia de
jogo ta me ajudando tambem ^^

Lebre Declipse : Olha

Kyle_ : posério ? ^^

Kyle_ : sério *

Lebre Declipse : Essa proxima

pergunta se não quiser responder

fica a vontade ok

Lebre Declipse : Vc já recebeu
apóio pra algum problema da vida
real dentro do RAG?

Lebre Declipse : Apóio de seus
amigos no RAG...?

Kyle_ : hmmm

Kyle_ : que eu lembre agora

Kyle_ : só de quando a menina
morreu lá...

Kyle_ : na hora foi um choque,eu
nem consegui chorar

Kyle_ : nem na hora e nem
depois...fiquei com medo de
tipo...

Kyle_ : ser um desrespeito à ela eu
não chorar

Kyle_ : =/

Lebre Declipse : Parece que vcs
eram muito proximos

Lebre Declipse : Eram da mesma
cidade?

Kyle_ : ela era de Brasília e eu de
SP

Kyle_ : mas eu conhecia ela a um
bom tempo

Kyle_ : estávamos namorando
virtualmente uns 1-2 meses

Kyle_ : daí aconteceu aquilo

Kyle_ : eu tinha 12 e ela 18...

[detalhe]

Kyle_ : posso perguntar uma coisa também ?

Kyle_ : ^^

Lebre Declipse : Sim lógico

Lebre Declipse : Seria justo eu responder
ne ^^

Kyle_ : sim sim

Kyle_ : *-*

Kyle_ : não ligo de responder nada tá

Kyle_ : mas isso é porque te interessa
saber,experiencia de jogo e etc

Lebre Declipse : Vo dizer

Kyle_ : ou é uma entrevista mesmo ? *-*

Lebre Declipse : Na verdade já estamos
finalizando por hoje ^^

Lebre Declipse : s

Lebre Declipse : Olha

Lebre Declipse : Estou estudando a nova
forma de comunicação e socialização

Lebre Declipse : dentro do RAG

Lebre Declipse : Como esses jogos online
são uma nova mídia

Lebre Declipse : Onde as pessoas se
conhecem, colaboram e até se relacionam^^

Lebre Declipse : Entendeu porque eu
perguntei tanto ^^

Anexo II – Entrevista Manoblue

Lebre Declipse : Lógico

Manoblue : manda ver

Manoblue : fiz 50 anos dia 13/08

Lebre Declipse : De onde vc está
jogando?saos

Manoblue : de minha casa

Manoblue : so jogo de casa

Lebre Declipse : cidade?

Manoblue : Não frequento lan rousa

Manoblue : Maringa ?pr

Lebre Declipse : Legal

Lebre Declipse : Sou de Natal RN

Lebre Declipse : Manoblue vc joga

RAG a muito tempo?

Manoblue : a mais ou menos 3 anos e meio para 4 anos

Lebre Declipse : Então vc jogava no servidor pago antes ne?

Manoblue : ainda tenho conta la

Manoblue : mantenho ela

Manoblue : mesmo sem jogar

Manoblue : pois tenho amigos nos dois servidores

Lebre Declipse : Vc conheceu muita gente nesse jogo nesse meio tempo?

Lebre Declipse : Ia perguntar isso hehe ^^

Manoblue : antecipo as respostas
rsrsrsrs

Lebre Declipse : O que vc acha dos relacionamentos virtuais?

Manoblue : eu trato todas as pessoas

Manoblue : como amigos

Manoblue : tento ajudar a tds

Manoblue : do Rag conheço via fone 3 pessoas apenas

Manoblue : Alfa

Manoblue : Kyle

Manoblue : Força d Gibraltar

Lebre Declipse : que legal

Lebre Declipse : Então as amizades saíram do jogo?

Manoblue : Alfa e Kyle oram as duas primeiras pessoas que conheci no jogo

Manoblue : sim do jogo

Manoblue : foram

Lebre Declipse : Estas pessoas são da mesma cidade que vc?

Manoblue : uma e mas experiente do que eu na idade

Manoblue : os dois são mais novos

Manoblue : Alfa deve ter uns 30 anos por ai

Manoblue : Kyle deve tr uns 16 a 8 anos

Lebre Declipse : Pessoal mais conciente entao

Manoblue : 18 anos

Lebre Declipse : Kyle foi otimo

Lebre Declipse : Ele topou fazer a entrevista tambem

Manoblue : sim mas conheço pesoas com menos idade tb

Manoblue : um fato que aconteceu esses tempos atras em Alberta

Manoblue : chgou um ajogadora

Manoblue : e falou namora comigo

Manoblue : eu respondi agradeço

Manoblue : mas ja tenho esposa no real

Lebre Declipse : e ela?

Manoblue : e vc deve ter menos idade que meus filhos

Manoblue : saiu bufando

Manoblue : me xingando rsrsrsrc

Lebre Declipse : serio? hahaha

Manoblue : entro para jogar relaxar
do dia dia

Manoblue : naum para ter
relacionamento amoroso

Lebre Declipse : Sua idade cria
impacto nos outros jogadores?

Manoblue : muitos duvidam

Manoblue : eses dias estava lendo
uma entrevista

Manoblue : de uma senhora de 63
anos que joga rag

Manoblue : e tds duvidam da idade
dela

Manoblue : rsrs

Manoblue : não preciso mentir a
idade

Lebre Declipse : Deve ser normal
ne

Lebre Declipse : Tem quem reclame
da falta de confiança na
virtualidade

Manoblue : e nem querer me
relacionar aj]ki de outra maneira
que

Lebre Declipse : O que vc acha
disso?

Manoblue : não veja de jogar

Manoblue : acho que as pessoas de
menos idade deveriam c comporta no
jogo dae man

Manoblue : pois o jogo ele tenta
instruir uma relação de familia de
amizades um

Lebre Declipse : Já vi muita coisa
barbara aqui no RAG

Manoblue : pois em muitos casos
sozinho vc não da nem um passo
dentro de alguns ma

Lebre Declipse : Entao vc acha que
é esse o principio do RAG:
familia?

Manoblue : mas muitas das
barbaridades a propria Lug deixa
acontecer

Lebre Declipse : Verdade isso

Manoblue : pois ela como
mantenedora do jgo

Manoblue : tem meios de bararr
muitas das barbaridades

Manoblue : punir pelo ipe

Manoblue : do pc

Lebre Declipse : Uma das coisas que
me assombraram, compra de WEBSHOW
por zenny

Manoblue : bot e lucro certo par a
lug

Lebre Declipse : Porque vc acha que
BOT da lucro para a LUG ?

Manoblue : mas eles oso bots naum
me preocupam

Manoblue : fico pe da vida com os
erros que a lug deixa acontecer no
jogo

Manoblue : erros primarios que
programadores naum deveriam
acontcer

Lebre Declipse : Uma certa

impunidade ne

Manoblue : sim

Manoblue : pois nada acontece a
eles

Manoblue : Lug

Lebre Declipse : E a questão dos
BOTs

Lebre Declipse : O nome do clã BOT
Killers

Manoblue : eles teriam maneiras de
tirarem eles do jogo c o s GM
fossem mas comp

Lebre Declipse : Vcs realmente
tentam fazer algo por vcs mesmos?

Manoblue : sim Alfa odeia Bots

Lebre Declipse : Alfa é o lider do
clã?

Manoblue : agora ja existe um outro
cla contra btos tb

Manoblue : sim meu Hermano de jogo

Manoblue : elee de Teresina

Lebre Declipse : Vcs parecem bem
proximos

Lebre Declipse : os membros desse
clã

Manoblue : sim pis tratamos a tds
como um a pessoa da familia

Lebre Declipse : Mesmo os
iniciantes?

Manoblue : c um precisa um de nos
vamos tentar ajudar

Manoblue : sim mesmo

Manoblue : iniciantes

Lebre Declipse : Olha

Manoblue : ja parei de jogar para
poder ajudar iniciante

Lebre Declipse : Vou perguntar uma
coisa mas vc nao é obrigado a
responder ok

Manoblue : dando orientação dim dim
ou equipamento

Lebre Declipse : Isso é legal ^^

Manoblue : pode eprguntar

Manoblue : tenho nada a esconder

Lebre Declipse : O Kyle me falou
sobre um problema sério que ele
teve aqui

Lebre Declipse : E que teve ajuda
do clã para recompor-se

Manoblue : no Odin conta paga

Lebre Declipse : isso

Manoblue : sim eu m elembro

Lebre Declipse : Sobre a namorada
dele

Manoblue : eu tento ajudar a tds
que me procuram

Manoblue : sim

Lebre Declipse : Vcs conseguiram
dar suporte a ele pelo jogo?

Manoblue : as pessoas mas novas c
deixam c influenciar muito facil
com o coração

Manoblue : sim pelo jogo e tb falei
na epoca por fone

Manoblue : com ele e com a mae
dele

Lebre Declipse : Vc acredita entao
que ele realmente esta envolvido

emocionalmente

Lebre Declipse : ?

Manoblue : sim

Lebre Declipse : Poxa, eu fiquei
muito tocado com a historia toda

Manoblue : existe muitos que os
olhos c fecham quando o coração
grita

Manoblue : mas alto

Lebre Declipse : Sem querer tomar
muito seu tempo Manoblue ^^

Manoblue : fiak frio

Manoblue : esposa pedindo peço
licença e me mando rsrsrsrs

Lebre Declipse : Vo falar um pouco
da minha pesquisa e depois pedir
sua opinião ok

Lebre Declipse : Ok

Manoblue : blza

Manoblue : so para vc entender
porque comecei a jogar Rag

Lebre Declipse : Estou pesquisando
essa nova forma de comunicação e
socialização

Manoblue : meu filho que tem 15
anos agora jogava

Manoblue : ele ficava stresado de
ter que pegar itens

Manoblue : para afzer gusts

Manoblue : ai eu ficava pegando
paar ele

Lebre Declipse : Vc começou a jogar
por causa dele?

Manoblue : e asim gostei do jgo

Manoblue : e ele c mandou daki

rsrsrss

Lebre Declipse : Que legal isso ^^

Lebre Declipse : Ele parou entao?

Manoblue : sim joga MU agora

Manoblue : era mesma conta que e
ate hoje

Manoblue : tenho mesmo nome de
conta aki e com mesmo nome no doin

Lebre Declipse : Vc tem mais algum
comentario sobre isso que a gente
conversou?

Manoblue : não amigo

Manoblue : pera um assunto que
aconteceu a poucos dias

Lebre Declipse : Posso dar PM se
aparecer algo mais pra frente?

Lebre Declipse : Oba pode falar ^^

Manoblue : uma menina do cla ficou
de castigo por causa de notas

Manoblue : e a i a me

Manoblue : veio falar que a filha
ficaria afastada do cla

Lebre Declipse : Nuss que chato

Manoblue : e pediu para não tirar
ela, pois sentiu segurança na
companhia das pes

Lebre Declipse : Ela chegou a
conversar com vcs?

Manoblue : ela falou comigo

Manoblue : explicando o q porque do
castigo

Lebre Declipse : Poxa

Lebre Declipse : Mas a menina se

recuperou ja?

Manoblue : gente finissima tanto a
mae com a filha

Manoblue : sim ja esta jogando e me
chama de papi rrsrs

Lebre Declipse : que otimo haha

Manoblue : e umrelacionamento de
carinho e respeito

Lebre Declipse : Manoblue vc foi
muito legal ^^

Manoblue : que isso Lebre

Manoblue : quando entrei Kyle veio
ja me pedindo para chamar vc por pm

Lebre Declipse : Ele vai otimo
tambem

Manoblue : gente finissima ele e
toda a familia dele

Lebre Declipse : Vou organizar as
SS e os savechats

Manoblue : irmão mae

Lebre Declipse : Vc conhece a
familia dele?

Manoblue : irmão dele joga a mae
joga

Lebre Declipse : Nuss

Lebre Declipse : Parece que as
conexões são vastas aqui ^^

Manoblue : bem amigo to indo nessa
esposa ta vindo usra pc

Lebre Declipse : Ok

Lebre Declipse : Eu agradeço muito

Anexo III – Entrevista kaillanne

Magnus Eleison : Entao

kaillanne : certo

Magnus Eleison : Joga Rag a muito tempo?

kaillanne : uns dois anos acho

Magnus Eleison : Vc tem quantos anos de que cidade fala?

kaillanne : 22

kaillanne : Recife

Magnus Eleison : Vi que faz faculdade ne, de que?

kaillanne : direito

Magnus Eleison : Que legal Recife é proxima de Natal RN

kaillanne : sim

Magnus Eleison : So daqui de Natal

kaillanne : tu mora aonde?

kaillanne : que legal

Magnus Eleison : Natal mas to cursando em joao Pessoa

kaillanne : quantos anos tu tem?

Magnus Eleison : Conheceu bastante gente aqui no Rag?

Magnus Eleison : 29

kaillanne : conheço simmmmmmmmm

kaillanne : e sou super protegida pelo meu clã

Magnus Eleison : Vc considera eles como amigos?

kaillanne : considero

Magnus Eleison : Poxa que legal isso, vc ser protegida vc diz

kaillanne : sou sim

Magnus Eleison : Entao vc acha possivel ter relacionamentos dentro do jogo?

kaillanne : porque não?

kaillanne : logico que sim

Magnus Eleison : A distancia, talvez a falta de contato não incomoda vc?

kaillanne : não

kaillanne : pra tudo há um jeito

Magnus Eleison : Vo ali volto jaja ok

kaillanne : tá

Magnus Eleison : Vo termina uma coisa ali volto ^^

Magnus Eleison : Opa terminei

Magnus Eleison : Desculpa a demora

kaillanne : oi

kaillanne : nada não

Magnus Eleison : Vc poderia continuar mais tempo?

Magnus Eleison : Posso continuar outra hora se tiver tomando tempo

kaillanne : pode falar

Magnus Eleison : Ok

Magnus Eleison : Ufa

Magnus Eleison : Vc ja entrou no Rag so pra conversar?

Magnus Eleison : Posso continuar depois a conversa com vc?

Magnus Eleison : Do PM pra ti outro dia

kaillanne : pode falar

Magnus Eleison : Vc ja entro no Rag so pra conversa com o pessoal?

Magnus Eleison : sem ser pra jogar

kaillanne : não

kaillanne : sempre jogo

Magnus Eleison : Ja adicionou pessoas do Rag em outras Redes Sociais?

kaillanne : porque as perguntas?

kaillanne : kkkkkkkkkk

Magnus Eleison : Jaja te falo ^^

kaillanne : já sim

kaillanne : msn e orkut

Magnus Eleison : To fazendo uma pesquisa de
mestrado

Magnus Eleison : Sou da area de Comunicação

kaillanne : a tá

Magnus Eleison : ^^

kaillanne : heheheheh

Magnus Eleison : Posso te dar PM outro dia pra
continuar o papo?

kaillanne : pode

Magnus Eleison : Preciso de opiniões aqui

Magnus Eleison : Vc foi muito legal obrigado
viu

kaillanne : e tu usa msn e orkut?

Magnus Eleison : msn

kaillanne : por nada

Magnus Eleison : quer add la?

kaillanne : sim

kaillanne : add tu

Magnus Eleison :

ramady_hotmail@hotmail.com

kaillanne :

dalvinacardoso@hotmail.com

Magnus Eleison : se vc procurar

Igor Ramady no Lattes vc ve meu
curriculo la ^^

Magnus Eleison : vo anota

kaillanne : tá

Magnus Eleison : pronto depois eu
add vc ^^

Magnus Eleison : Valeu

Anexo IV – Entrevista Timelurego

Lebre Declipse : Oi

Timeloregu : Oi ^^

Lebre Declipse : Joga Rag a muito tempo?

Timeloregu : a uns 4 anos ^^

Lebre Declipse : Legal, chego a pegar o beta?

Timeloregu : se não me engano pequei sim .

Lebre Declipse : De que estado e qual a sua idade?

Timeloregu : mais sabe, depois q voce para de jogar voce esquece de tudo ;x

Lebre Declipse : É mesmo eu já senti isso

Timeloregu : eu sou do Rio de janeiro tenho 18 anos !

Lebre Declipse : Vc estuda , trabalha?

Timeloregu : estou é trabalho !

Lebre Declipse : ^^

Lebre Declipse : Olha

Lebre Declipse : Agora são as perguntas do meu trabalho

Lebre Declipse : Vc ja entro em varios clãs ne, nesses 4 anos

Timeloregu : Não, !

Lebre Declipse : Sério, pq?

Timeloregu : Não gostava muito de clãs

Lebre Declipse : Vc poderia falar mais sobre isso?

Lebre Declipse : Existia alguma razão para isso?

Timeloregu : Não e so porque eu não

curto muiito clã

Lebre Declipse : E esse clã de agora,

G-Unit

Timeloregu : maiis não tenhu nada

contra e bom entrar en clã porque você

Lebre Declipse : O pessoal é legal?

Timeloregu : conhece mais pessoas;D

Timeloregu : sim, gosto deles.

Lebre Declipse : Eles se ajudam muito?

Participam de woe, mvp, upam?

Timeloregu : Sim siim. ajudão en que os

memrbos do clã precisaren!

Lebre Declipse : To já acabando viu,

são as últimas ^^

Timeloregu : ^^

Lebre Declipse : Vc acha importante as

outras pessoas para vc conseguir seus

objetivos

Lebre Declipse : no Rag?

Timeloregu : Acho, porque só assim

quando eu conseguir chegar a onde eu

quero .

Timeloregu : eu fico bem falado e

conhecido ;D

Lebre Declipse : Que legal^^

Lebre Declipse : Vc tem amigos no Rag?

Lebre Declipse : A última prometo ^^

Timeloregu : Sim tenhu !

Lebre Declipse : Vc os conhece na vida

real?

Timeloregu : Conheço alguns só

Lebre Declipse : Vc acha dificil ter

esses relacionamentos virtuais?

Timeloregu : Não muiito,
 Timeloregu : em relação do jogo e meio
 difícil !
 Lebre Declipse : Vc poderia falar mais
 sobre isso
 Lebre Declipse : Pq vc acha difícil?
 Timeloregu : Bom, e porque nesse jogo
 agenti sempre estamos conhecendo
 pessoas nova
 Timeloregu : então o caso e de
 confiança, isso q mata nesse jogo ;c
 Lebre Declipse : entendi ^^
 Lebre Declipse : Vc gostaria de falar
 mais alguma coisa, algum comentário?
 Lebre Declipse : Sobre o que
 conversamos
 Timeloregu : Acho que ja falei tudo xD
 Lebre Declipse : Olha
 Lebre Declipse : Me ajudo muito
 obrigada
 Timeloregu : d nada.
 Lebre Declipse : Posso te add pra se
 precisa conversarmos de novo?
 Timeloregu : sim

Anexo V – Entrevista

(Leech Propaganda) entrou.
 Leech Propaganda : Chato ne GS
 demais em mapa
 Roland Cross : AHAM
 Roland Cross : cara
 Leech Propaganda : O povo joga GS
 quando fica com raiva de alguém
 Roland Cross : solta gs em lugar d

up devia dar ban

Roland Cross : nem

Roland Cross : eles jogam pra ferra td
mundo

Leech Propaganda : Tem quem solte pq alguem
fica dando KS nele ou pelos Bots

Leech Propaganda : Pelo menos é o que vi

Roland Cross : eh... mas ai ferra com os outros q nao tem nada
a ver

Leech Propaganda : O que vc acha que deveriam fazer?

Leech Propaganda : Vc ja deu KS em alguem?

Roland Cross : contra bot -ban

Roland Cross : ja

Leech Propaganda : sem querer?

Roland Cross : mas foi ks de vingança

Roland Cross : sem querer só quando da lag aqui

Leech Propaganda : acontece ne

Roland Cross : mas eu nao gosto d dar ks

Roland Cross : nenhum pouco

Leech Propaganda : Ninguem deveria ne

Roland Cross : eh

Leech Propaganda : Vc acha que gente de mais em mapa justifica
dar KS tambem?

Roland Cross : nao

Roland Cross : se tem muita gent num mapa o cara q va pra otro

Leech Propaganda : Superpopulação, que nem ônibus lotado ^^

Leech Propaganda : Vc acha que é costume dar KS?

Roland Cross : ah cara... depende

Roland Cross : se o cara da Ks pra se vingar d otro nao é
costume

Leech Propaganda : vdd

Roland Cross : mas se ele fica fazendo toda hora

Roland Cross : chega um ponto q viro costume ja

(Taarja Turunen) entrou.

Leech Propaganda : Ja vi quem upe so dando KS

Taarja Turunen : nao é gs

Leech Propaganda : Ola

Roland Cross : aham

Roland Cross : tmb ja vi

Taarja Turunen : é gm que poe o montro no mapa pra mata bot

Roland Cross : ola

(Taarja Turunen) saiu.

Leech Propaganda : Eita

Leech Propaganda : essa é nova

Roland Cross : ???

Roland Cross : ta sei

Roland Cross : se for isso

Roland Cross : parabens LUG! mais um exemplo d péssima administração

Leech Propaganda : hahaha

Roland Cross : serio

Leech Propaganda : o que vc acha da empresa que faz a manutenção desse jogo

Roland Cross : ja me fizeram tomar com o negocio dos ROPS um termpo atras

Roland Cross : eu adoro ragnarok

Roland Cross : mas detesto a levelup

Leech Propaganda : Ta falando daqueles 10K de ROPs ?

Roland Cross : aham

Roland Cross : esse mesmo

Roland Cross : eu tinha compra rops com o meu dinheiro na epoca

Roland Cross : ai perdi td

Leech Propaganda : Vc recebeu aquela compensação?

Roland Cross : fora q perdi exp

Roland Cross : item raros

Roland Cross : nao

Roland Cross : nao recebi

Roland Cross : to esperando ainda
Leech Propaganda : Nuss, tem gente esperando aidna?
Leech Propaganda : ainda*
Roland Cross : cara...
Roland Cross : o server é brasileiro e é gratis
Roland Cross : nao tinha como dar em outra
(SuperSakuro) entrou.
SuperSakuro : tem montao de bixo forte
Leech Propaganda : è msm
SuperSakuro : os 3 porings la
SuperSakuro : cecil
SuperSakuro : guardaio espadachin
SuperSakuro : salamandra
SuperSakuro : odium de thanatos
SuperSakuro :
(SuperSakuro) saiu.
Leech Propaganda : Roland cara posso te pergunta uma coisa
Roland Cross : tem odium de thanatos tmbn
Roland Cross : pergunte
Leech Propaganda : Se nao quiser rsponder sem probelmas
Roland Cross : ok
Leech Propaganda : responder*
Roland Cross : manda
Leech Propaganda : Qual sua idade e a quanto tempo vc joga
rag?
Roland Cross : eu to com 17 anos
Roland Cross : jogo a 2
Roland Cross : mas é só quando nao tenho nada pra fazer
Leech Propaganda : Muita gente joga a 2 anos ne ^^
Roland Cross : aham
Roland Cross : ^^
Roland Cross : e vc?
Leech Propaganda : Vc trabalha , estuda?
Roland Cross : estudo só

Leech Propaganda : 29 estudante

Roland Cross : ^^

Roland Cross : faculdade?

Leech Propaganda : Posso saber daonde vc é? Eu sou de Natal RN

Leech Propaganda : d

Leech Propaganda : s

Roland Cross : sou de curitiba -PR

Leech Propaganda : Vc ja conheceu alguem de sua cidade ou de outra no jogo?

Roland Cross : hum... tem uns amigos meus daqui q jogam

Roland Cross : e eu conheci algumas pessoas ja

Roland Cross : mas só por internet

Leech Propaganda : Vc considera elas amigos, essas pessoas online?

(Fragil Lino) entrou.

(Fragil Lino) saiu.

Roland Cross : ah... seila na verdade acho q nao

Roland Cross : falta contato sabe?

(Sephirus Wiz) entrou.

Leech Propaganda : Pq?

(Sephirus Wiz) saiu.

Roland Cross : pq.. cara

Leech Propaganda : hmm

Roland Cross : pra vc ter um amigo

Roland Cross : vc precisa mais do q só conversar

Leech Propaganda : Deve ser ne

Roland Cross : tipo

Roland Cross : via internet

Roland Cross : vc tem uma ideia d como a pessoa seja

Roland Cross : mas é impossivel conhece-la por completo

Leech Propaganda : Sim

Leech Propaganda : Vdd ne

Roland Cross : sim

Leech Propaganda : Sabe o que é

Roland Cross : diga?

Leech Propaganda : To fazendo uma pesquisa sobre esse jogo

Leech Propaganda : E acabei de entrevista vc ^^

Roland Cross : uhauhahuahua

Leech Propaganda : O que achou da entrevista?

Roland Cross : notei q parecia uma entrevista :B

Roland Cross : curti^^

Leech Propaganda : msm?

Roland Cross : aham

Leech Propaganda : Legal ne a experiencia

Roland Cross : vc começo a me entupi d pergunta, ai eu falei"

ah ta legal emsmo"

Roland Cross : *mesmo

Leech Propaganda : Vc acha que esses jogos servem pra outras coisas que nao seja so jogar

Leech Propaganda : hahahah

Roland Cross : ah... acho q sim

Leech Propaganda : Olha

Leech Propaganda : Gente boa vc

(Lady Mosca) entrou.

Roland Cross : valeu^^

Lady Mosca : e cria um chat adianta?

Roland Cross : não

Anexo VI – Entrevista Mendiga!!

Adver Tease : levei dc

Adver Tease : porque vc pede zenny em vez de caçar?

Adver Tease : realmente fiquei curioso

Adver Tease : vejo muita gente fazendo isso

Mendiga!! : depende

Mendiga!! : depende de sua mente

maliciosa

Adver Tease : pq?

Mendiga!! : tpw eh relativo

Mendiga!! : se vc acha que eu fiko
juntando dinheiro assim pra me
favorecer

Mendiga!! : ou se vc accha que eu passo
pra frente tudo que ganho ake

Mendiga!! : pra mim pode naum ser
muito, mais pra mts que acho purai eh

Mendiga!! : e faz diferença

Adver Tease : hmm

Adver Tease : outro aprendiz estava com
chat aberto do mesmo jeito, era seu
ele?

Mendiga!! : um equip melhor, un din din
pra pots, e assim vai indo

Mendiga!! : depende, o valor eh o
mesmo?

Adver Tease : s

Mendiga!! : então era eu

Adver Tease : tava mais la em baixo
ele

Mendiga!! : sim

Adver Tease : vc as vezes ganha mais do
que o chat propoe entao

Mendiga!! : mt raro

Adver Tease : posso saber, so por
curiosidade, se ganha muito assim?

Mendiga!! : fik entre nos?

Adver Tease : s

Adver Tease : nao sai daqui

Mendiga!! : em media em meia hora
deependendo do dia e da hora uns 100 ou

200k

Adver Tease : posso fazer uma ultima
pergunta impertinente

Mendiga!! : ai eu vou e compro equip e
potz, vou ajudando quem eu conheço e a
cho

Mendiga!! : que vale

Mendiga!! : sim

Adver Tease : vc ja penso em usar bot
pra coletar essa grana?

Mendiga!! : sim

Mendiga!! : mais eu acho um nojo isso

Adver Tease : deixar ele programado pra
pedir, nao da pra fazer isso com eles?

Mendiga!! : jogos são feitos, ateh onde
eu sei, para seres humanos jogarem

Adver Tease : mas será que é possível
bot fazer isso?

Mendiga!! : sim

Adver Tease : olha vc foi gente fina

Adver Tease : vo te falar to escrevendo
uma dissertação sobre esse game

Adver Tease : nao vou citar seu nome ,
mas sua opinião é importante

Mendiga!! : LEGALSS

Adver Tease : ^^

Adver Tease : sua opinião sobre bot foi
muito interessante

Mendiga!! : boa sorte ai

Adver Tease : obrigado

Mendiga!! : aah obg

Adver Tease : olha

Mendiga!! : sim

Adver Tease : fica uma pergunta meio

chata

Adver Tease : mas acaba sendo muito relevante nesse momento

Mendiga!! : sim diga

Adver Tease : gostaria, se fosse possível, novamente de sua sincera opinião

Mendiga!! : hunn

Adver Tease : vc como jogador(a) não se snete mal em pedir?

Adver Tease : sente*

Mendiga!! : não, me sentiria se estivesse quebrando as regras do jogo

Adver Tease : se existe constrangimento

Mendiga!! : enganando novatos ou coisas assim

Adver Tease : ^^

Mendiga!! : honestidade, na minha opinião naum eh pros outros e sim para a propria

Mendiga!! : satisfação

Adver Tease : olha

Mendiga!! : hunn

Adver Tease : sou de natal rn, tenho 29 anos, sou estudante

Adver Tease : voce poderia dizer algo de si?

Mendiga!! : legais, estuda o que w

Mendiga!! : ?*

Adver Tease : comunicação

Mendiga!! : legalsss

Adver Tease : pos-graduação em cultura midiática audiovisual

Mendiga!! : nossa, shoow

Adver Tease : vc é estudante?

Mendiga!! : sim, mais ainda estou no 3º ano do ensino medio

Mendiga!! : tenho 17 anos e sou uma garotaa xD

Adver Tease : qual sua idade?

Adver Tease : ah XD

Adver Tease : bom saber adiantou duas perguntas XD

Adver Tease : joga a muito tempo rag?

Mendiga!! : =) sabia que ia perguntar

Mendiga!! : eu jogo faz longos 3 anos

Mendiga!! : com varias pausas, mais minha conta tem essa idade

Adver Tease : começo no servidor pago entao

Mendiga!! : sim

Adver Tease : poxa legal

Mendiga!! : comecei qndo o pago era de graça xD

Adver Tease : vc vai manter esa conta e esse char?

Adver Tease : essa*

Mendiga!! : esse char eu criei pq jah tava cansada, meu char que mais gosto

Mendiga!! : minha mercenaria, lvl 78

Mendiga!! : mais naum da pra fazer as ajudas que quero

Adver Tease : gostaria de add vc pra pergunta mais coisas se aparecer

Adver Tease : posso?

Mendiga!! : pessoal parece que me ve e num fala qndo precisa

Mendiga!! : pode
 Adver Tease : aew vo ficar afk
 vendendo
 Adver Tease : mas vc foi gente fina
 Mendiga!! : oksss
 Mendiga!! : aah vc tbm
 Mendiga!! : obg
 Adver Tease : eu nunca do grana XD
 Mendiga!! : se um dia vc precisar de
 qlqr coisa
 Adver Tease : beleza
 Mendiga!! : o nome da minha mercenaria
 eh Mila_182
 Adver Tease : uma hora ai devo pergunta
 mais coisas ^^
 Adver Tease : ok
 Adver Tease : vo anota
 Mendiga!! : =) fike a vontade

Anexo VII – Entrevista FUTURO DA NAÇÃO

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Vc usa ou já usou bot no Rag (sem ser nessa greve)?
 (From FUTURO DA NAÇÃO) : nao
 (To FUTURO DA NAÇÃO) : Posso perguntar de onde vc é?
 (From FUTURO DA NAÇÃO) : campinas-são paulo
 (To FUTURO DA NAÇÃO) : Sua idade +/- ?
 (From FUTURO DA NAÇÃO) : 16anos
 (To FUTURO DA NAÇÃO) : Presumo que vc seja estudante ne?
 Mas trabalha tambem?
 (From FUTURO DA NAÇÃO) : estudo e trabalho
 (To FUTURO DA NAÇÃO) : Ok, to já terminando viu,
 mas vc ta ajudando muito minha pesquisa ^^
 (From FUTURO DA NAÇÃO) : curso o segundo ano do ensino medio
 e trabalho com manutenção de computadores
 (To FUTURO DA NAÇÃO) : O que vc acha dos clãs no RAG?

Quando vc jogava, eles eram importantes?

Gr!MmJoW~* : VENDO 10 PORS BRANCAS 70K

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Pergunto isso pq tem pessoas que se relacionam
atraves do RAG

JIRAYA KILLER : ae

JIRAYA KILLER : to jogando odin agora

GuiChopper : da pra mjim esse arqueiro

JIRAYA KILLER : kkk

JIRAYA KILLER : e da mesma conta

JIRAYA KILLER : odin e thor

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Vc viu aquele caso do Força e Ação que foi fechado
por uso de BOT?

JIRAYA KILLER : num posso

GuiChopper : nossa

GuiChopper : blz

GuiChopper : mas é estranho

JIRAYA KILLER : se não te arrumava

GuiChopper : kkkk

JIRAYA KILLER : kkkkkkk

GuiChopper : to ligad

GuiChopper : da essa maçã

GuiChopper : kkkkk

~|SinxFaols*~* : oi

~|SinxFaols*~* : merce

LucaStax : ?

~|SinxFaols*~* : vende seu hat?

GuiChopper : deixa ver seus equip

LucaStax : não

~|SinxFaols*~* : olha o que eu dou

.:The Mistery:. : Luh

~|SinxFaols*~* : total da mais de 12kk

~|SinxFaols*~* : vc quer?

~|SinxFaols*~* : ?

~|SinxFaols*~* : LocaStax

LucaStax : não vlw

~|SinxFaols*~* : LucaStax*

(From FUTURO DA NAÇÃO) : voltei^^

(To FUTURO DA NAÇÃO) : ^^

(From FUTURO DA NAÇÃO) : no rag os clãs são importantes pra desenvolvimento do caracvter

in-game da

(From FUTURO DA NAÇÃO) : pessoas

(From FUTURO DA NAÇÃO) : faz com q eleve o nível de conhecimento e uma quando o clã é grande

(From FUTURO DA NAÇÃO) : e aumenta as amizades em um pequeno

(From FUTURO DA NAÇÃO) : A força e ação sempre foi um clã bot desde o início no odin

(From FUTURO DA NAÇÃO) : Alterarão pra favelados

(From FUTURO DA NAÇÃO) : depois viraram a fúria do vovô loko

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Então os jogadores estão na ativa ainda depois que fecharam F&A?

Ómi de Ferro : oks

(From FUTURO DA NAÇÃO) : sim

(From FUTURO DA NAÇÃO) : Principalmente com a raiva de terem sido banidos

(To FUTURO DA NAÇÃO) : hahaha

(From FUTURO DA NAÇÃO) : o motivo real foi que descobriram

(From FUTURO DA NAÇÃO) : que o líder usava itens editados

(From FUTURO DA NAÇÃO) : por gm

(To FUTURO DA NAÇÃO) : sério?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : sim

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Isso saiu no fórum?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : saiu no bro aliança

(From FUTURO DA NAÇÃO) : a levelup achou um escudo azhura mazda +10

(From FUTURO DA NAÇÃO) : na acc do líder

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Então, mas isso é muito grave, teve envolvimento de um GM ?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : sim

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Descobriram quem fez?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : desde que o bro saiu no brasil sempre existiu beneficiamento

(From FUTURO DA NAÇÃO) : felizmente sempre q sao denunciados sao banidos

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Mas o funcionario da LUG ninguem sabe quem foi?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : um caso antigo foi o do lauvez do servidor chaos

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Só que era GM?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : por o item ser craido no jogo

(From FUTURO DA NAÇÃO) : a lug nao tem infos sobre ele

(From FUTURO DA NAÇÃO) : mas sabe q nao e dropado nem em quests

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Desculpa vc estava dizendo... sobre o chaos?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : *sobre a lug

(From FUTURO DA NAÇÃO) : no chaos descobriram ele

(From FUTURO DA NAÇÃO) : por pegar sozinho 3 castelos

(From FUTURO DA NAÇÃO) : ele so tinha 255 de todos status,so isso

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Que engraçado isso, chega a ser irônico.

(From FUTURO DA NAÇÃO) : o proprio clã o denunciou

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Era um Deus no RAG

(From FUTURO DA NAÇÃO) : em um servidor oficial é IMPOSSIVel nem com full ekips tomar 3 castles sozinhos

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Poxa cara vc passou informações muito interessantes para mim

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Olha

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Queria pergunta umas coisas que eu acho, e gostaria de que alguém

(From FUTURO DA NAÇÃO) : pergunte

(To FUTURO DA NAÇÃO) : confirmasse ou negasse elas

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Primeiro

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Não dá pra ir WOE, manter um clã top de linha, sem uso de BOT

(To FUTURO DA NAÇÃO) : o que vc acha disso?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : mentira

(From FUTURO DA NAÇÃO) : bot nada mais é um progama que joga com vc

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Acredita que pode entao jogadores normais competirem em pe de igualdad

- (From FUTURO DA NAÇÃO) : *por voce
- (To FUTURO DA NAÇÃO) : igualdade* ?
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : a questão é
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : nao a como manter um clã sem rops
- (To FUTURO DA NAÇÃO) : certo
- (To FUTURO DA NAÇÃO) : Isso me leva a segunda:
- (To FUTURO DA NAÇÃO) : BOT faz a economia girar e os Players normais comprarem ROPs
- (To FUTURO DA NAÇÃO) : ?
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : verdade
- (To FUTURO DA NAÇÃO) : que acha disso?
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : a primeira e verdade
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : a segunda e falsa
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : os players compram rops na ilusão de fazer dinheiro rapido
- (To FUTURO DA NAÇÃO) : isso
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : e olhando os itens apelativos disponiveus
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : e olhando os itens apelativos disponiveis*
- (To FUTURO DA NAÇÃO) : Essa compra e venda de ROPs pode ter relação não acha ?
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : relação com bot?se for tem sim a ver
- (To FUTURO DA NAÇÃO) : Digo isso tambem pq vejo que todo BOT tem um carteiro
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : no entanto a venda de dinheiro do rag vem antes do bot ser conhecido
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : os bots tem carteiro devido nao poder teleportar,o bot farm e ecessesial
- (To FUTURO DA NAÇÃO) : E já era ilegal" ne
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : fazer dinheiro por hora
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : se ele morre pra galho seco nao faz sentido
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : -era ilegal sim
- (To FUTURO DA NAÇÃO) : outro ponto
- (To FUTURO DA NAÇÃO) : Prometo que será a ultima ok ^^
- (From FUTURO DA NAÇÃO) : tanto faz pode perguntar

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Vc acha que a LUG faz "corpo mole" para punir BOTs?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : Sim, apenas 3 gms punem bots teoricamente

(From FUTURO DA NAÇÃO) : Thorn,,kirk e Ace

(From FUTURO DA NAÇÃO) : no entanto so punem sobre denuncia

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Alguns casos foram parar até na justiça, vc já viu isso?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : A maioria dos players "desistiram" de denunciar e proclmaram GM =lenda

(From FUTURO DA NAÇÃO) : Sim

(From FUTURO DA NAÇÃO) : 2 casos de bots para a justiça

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Parece que ambos deferiram em favor do BOT/Player ne?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : visão de player

(From FUTURO DA NAÇÃO) : ambos casos perderam

(From FUTURO DA NAÇÃO) : devido a lug falar q nao é possivel banir todos bots

(To FUTURO DA NAÇÃO) : o Necropole tá indo tambem a luta vc viu isso? Foram ao Procon ja

(From FUTURO DA NAÇÃO) : Sim

(From FUTURO DA NAÇÃO) : No entanto acho q nao vai dar em nada

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Pq?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : A gravity nao permite arrancar todos bots

(From FUTURO DA NAÇÃO) : Devido a quantidade de Dinheiro q gera a ela

(From FUTURO DA NAÇÃO) : Por isso o gamefort nao e instalado

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Vc diz "não permite" parece até que ela protege eles

(From FUTURO DA NAÇÃO) : Ela protege o bolso dela nao os bots

(From FUTURO DA NAÇÃO) : Ou vc acha q a koreteam nao paga pra gravity deixar os bots?

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Podemos concluir entao que BOT é necessário a LUG

(From FUTURO DA NAÇÃO) : para ela sim

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Olha vc foi gente fina

(From FUTURO DA NAÇÃO) : sem eles a lug não ganharia com ela ganha

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Vc gostaria de acrescentar mai algum comentário sobre o que conversamo

(From FUTURO DA NAÇÃO) : sim

(To FUTURO DA NAÇÃO) : conversamos?*

(From FUTURO DA NAÇÃO) : Pessimo jogo q vc foi escolher pra tese

sausahushuaushauhsauh

(To FUTURO DA NAÇÃO) : hahahaha

(To FUTURO DA NAÇÃO) : de fato cheio de problemas, mas acho isso mais instigante XD

(To FUTURO DA NAÇÃO) : A idéia original era só estudar a comunicação no RAG

(From FUTURO DA NAÇÃO) : ^^

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Mas as ver certas coisas aqui senti necessidade de falar sobre elas

(From FUTURO DA NAÇÃO) : =)

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Cara muito obrigado

(From FUTURO DA NAÇÃO) : tranquilo

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Posso usar a imagem do seu char na dissertação?

(To FUTURO DA NAÇÃO) : o nome dele tambem?

(From ~Black Knight~) : oi

(From ~Black Knight~) : ta ai?

(To ~Black Knight~) : s

(From FUTURO DA NAÇÃO) : com certeza

(From ~Black Knight~) : compra restaurador?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : qr do outro char tmb?

(To FUTURO DA NAÇÃO) : qual?

(From FUTURO DA NAÇÃO) : ja trago ele

(To FUTURO DA NAÇÃO) : ^^

(From ~Black Knight~) : ?

(From ~Black Knight~) : sim ou n?

(To FUTURO DA NAÇÃO) : ia dar trabalho a vc nao?

(From ~Black Knight~) : oq vou sair

(From FUTURO DA NAÇÃO) : nao

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Por favor entao

Sohity Hammer : ei

(From FUTURO DA NAÇÃO) : ta la em payon

(To ~Black Knight~) : n

(From FUTURO DA NAÇÃO) : so tela

LinkJumpStyle : aki

*_Sliver_* : compro carta LOBO

(From FUTURO DA NAÇÃO) : ta ai linkjumpstyle

(To FUTURO DA NAÇÃO) : vc joga com ele?

*_Sliver_* : compro carta LOBO

°Neela° diz 'dede te amo S2 S2 S2 S2'

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Posso add ele?

Informações dos equipamentos deste personagem não estão disponíveis ao público.

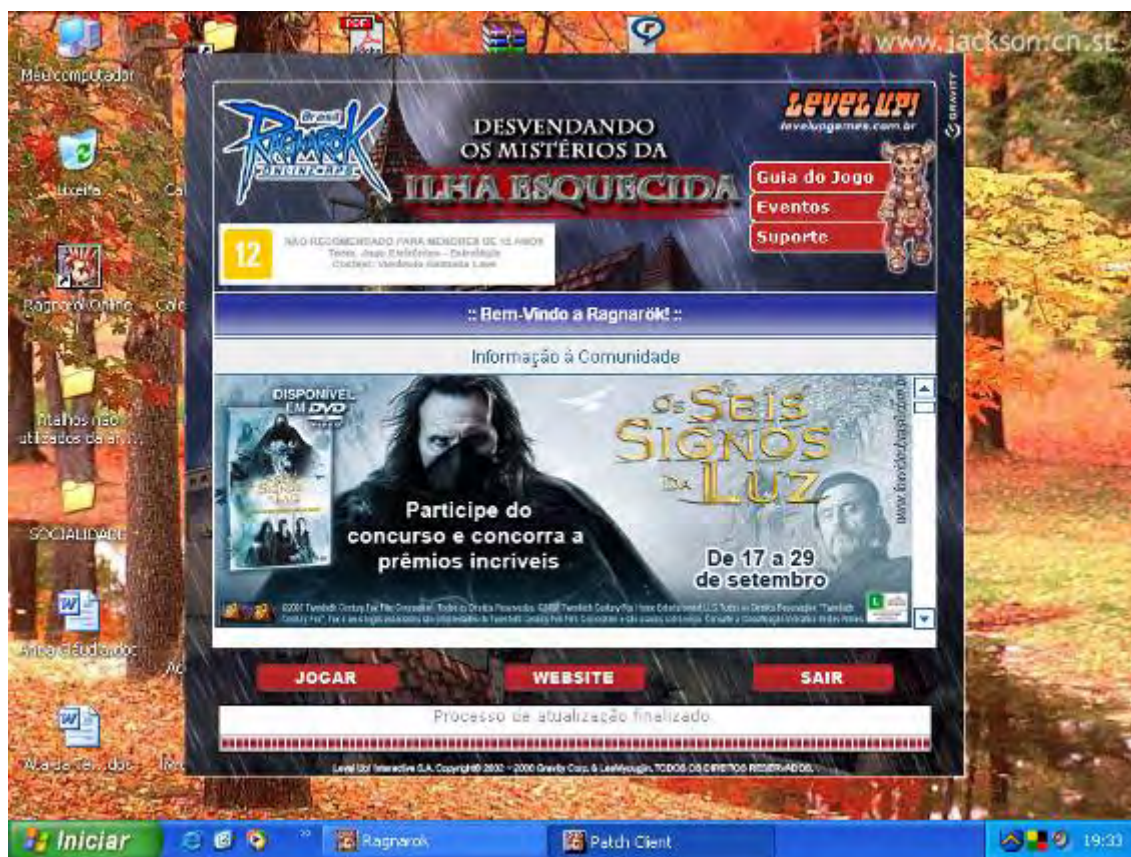
(From FUTURO DA NAÇÃO) : s

(To FUTURO DA NAÇÃO) : Se eu tiver mais coisas posso te pergunta depois?

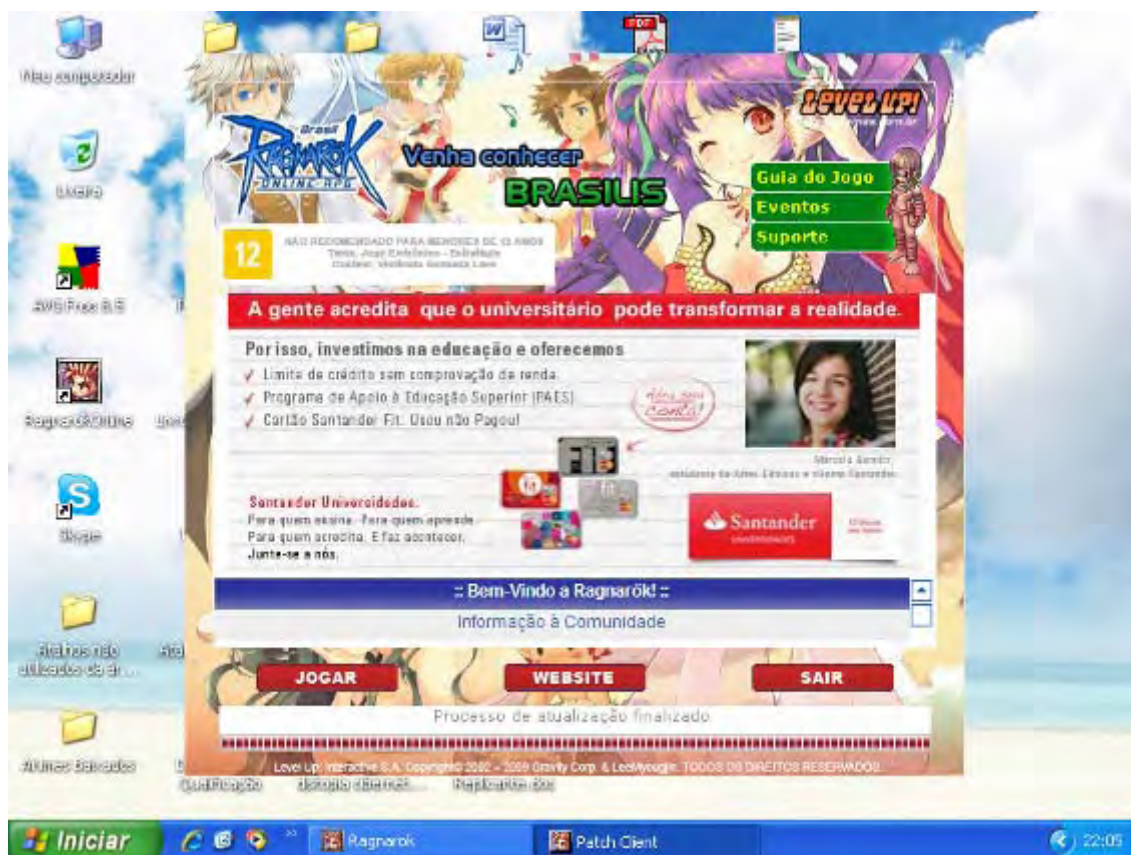
Apêndice II – Registro da campanha adverggame Axe Dark Temptation no site oficial do Ragnarök Online



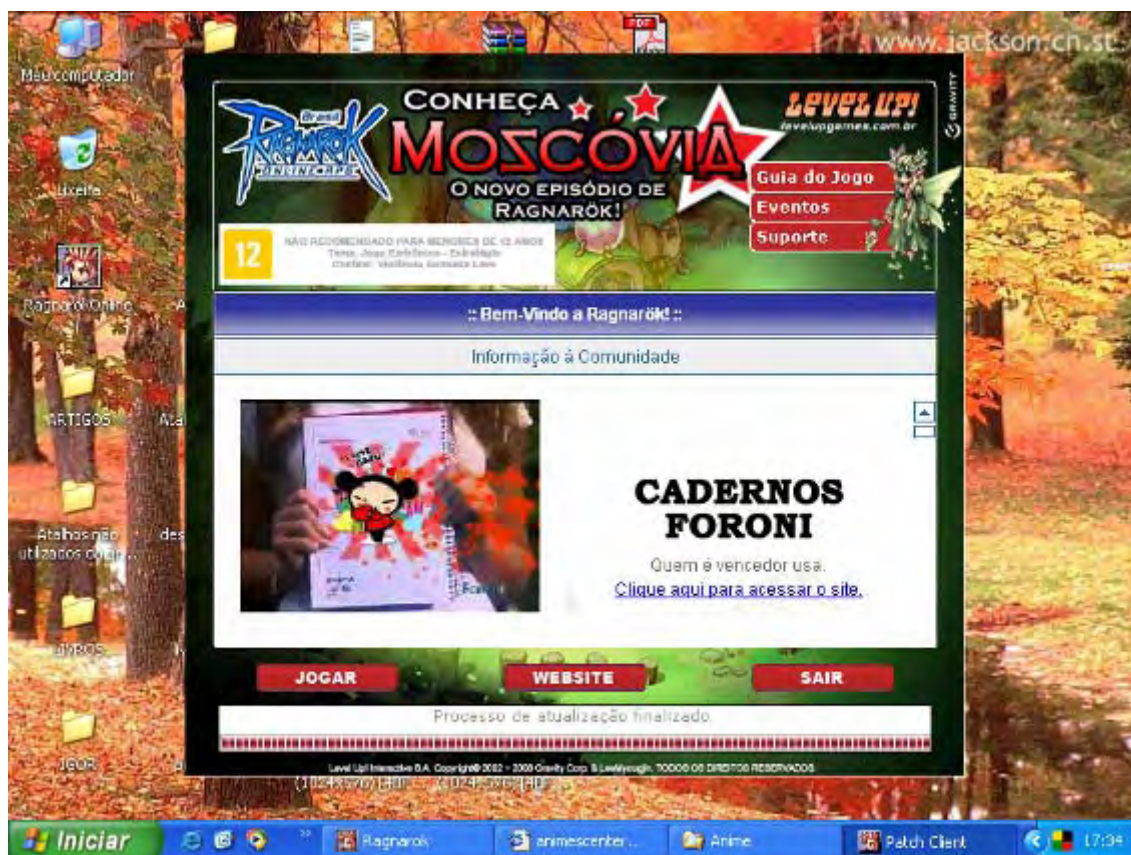
Apêndice III – Registro da campanha advergame Os Seis Signos da Luz DVD no patch client do Ragnarök Online



Apêndice IV – Registro da campanha adverggame Santander Universidades no patch client do Ragnarök Online



Apêndice V – Registro da campanha advergame Cadernos Feroni no patch client do Ragnarök Online



Apêndice VI – Registro da campanha advergame Cadernos Feroni no patch client do Ragnarök Online



Apêndice VII – Registro da campanha adverggame Cadernos Feroni no site oficial do Ragnarök Online

