

# Breves observações acerca do fluxo econômico em MMORPGs

## Brief observations toward economic flux in MMORPGs

**Felippe Calazans Thomaz | felippethomaz@gmail.com**

Aluno de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia – UFBA. Membro do Grupo de Pesquisa em Interação, Tecnologias digitais e Sociedade (GITS). Voltado à investigação dos jogos eletrônicos em sua relação com a sociedade contemporânea.

### **Resumo**

O presente artigo discorre sobre alguns aspectos ligados à organização social em RPGs *online*, mais especificamente nas interações de cunho econômico. No caso, o jogo sob análise é *World of Warcraft*, que possui o maior público em seu gênero – 12 milhões de jogadores. O recorte feito por este estudo enquadra as transações econômicas que envolvem este universo, de que maneira a evolução do jogador depende de seu sucesso nas empreitadas *online* que aceita participar e como acontecem as interseções entre a economia do mundo físico e a do ambiente virtual.

**Palavras-chave:** World of Warcraft; MMORPGs, economia.

### **Abstract**

*This study discusses some aspects of social organization in online RPGs, specifically economic interactions, using as an object of analysis the game World of Warcraft, which has the biggest audience in its category – 12 million players. The focus is on the economic transactions in this environment and how the player's evolution in game depends on his success in these quick jobs. Besides it aims to observe how “real life” economy infers in the virtual economy and, on the other hand, how virtual goods can be turned in real money.*

**Keywords:** World of Warcraft; MMORPGs; economy.

A possibilidade de dividir, simultaneamente, experiências sensoriais e cognitivas com pessoas de parcelas distintas do planeta expande a nível global uma nova forma de comunicação. Em rede, jogadores de MMORPGs<sup>1</sup> reúnem-se no intuito de realizar tarefas específicas, interagir através de signos próprios e serem recompensados pelos avanços que fizerem. A uma escala global, já são cerca de 61 milhões de habitantes de mundos virtuais, dos quais 27 milhões pagam pelo acesso a estes simulacros, segundo a *Today's Gamers*<sup>2</sup> em seu último levantamento, em 2010. Dado a quantidade de pessoas interagindo em ambientes simulados, emerge a necessidade de investigar de que maneira os MMORPGs atuam na sociedade contemporânea, modificando não só aspectos da comunicação e da economia, como também o próprio ser, que incorpora os elementos do jogo àquilo que é – ou pretende ser. A maneira como a linguagem se modifica para abrigar novos termos ligados à tecnologia digital e aos *games*, em específico, é um exemplo da reorganização daquele em torno dos meios digitais. *Deletamos* no sentido de esquecer, *baixamos* quando guardamos na memória; “a palavra é o próprio homem” (PAZ, 1990, tradução nossa)<sup>3</sup> e este fluxo de termos e expressões linguísticas é um indício da necessidade das ciências humanas de pensar as dinâmicas envolvidas nos ambientes *online* e *offline* – e se tal distinção ainda é cabível.

2

Desta maneira, é na zona de convergência entre o virtual e o físico que o presente estudo está centrado, observando dinâmicas econômicas envoltas no ambiente dos MMORPGs. Ambientes estes, por sua vez, que não estão enclausurados nos *mundos virtuais* – conceito tratado com maior cuidado *a posteriori* – em si, mas se expandem pelos dispositivos móveis (aplicativos em *smartphones* e *tablets*), *sites* não-oficiais relacionados ao tema, fóruns etc. Para tanto, faz-se necessário, em um primeiro momento, descrever alguns tópicos referentes ao funcionamento dos MMORPGs e à manutenção destes *mundos virtuais*, tanto pelos *game designers* – funcionários da empresa –, quanto pelos jogadores – clientes assinantes do serviço.

Neste sentido, tomamos como objeto o MMORPG de maior público atualmente, o *World of Warcraft*, também conhecido como *WoW*, a versão *online* da antiga série de jogos de RPG e estratégia para computador. O *game* em questão é produzido pela *Blizzard Entertainment* e encontra-se na fase teste para a quarta expansão, *Mysts of Pandaria*. *WoW* conta atualmente com mais de 12 milhões de jogadores, segundo levantamento de outubro de 2010 feito pela *Blizzard*<sup>4</sup>, sob uma quantia mensal de U\$ 14,99 para terem acesso a *Azeroth*, mundo onde a narrativa se desenrola. Os jogadores brasileiros contam, desde outubro de 2011, com todo conteúdo traduzido para o português e servidores nacionais, a R\$ 15,00/mês. O sucesso deste gênero de jogos, expresso de maneira contundente pelos cifrões, se deve à possibilidade de diversão, vivendo aventuras, sendo recompensado pela realização destas, conhecendo pessoas e se organizando em uma comunidade com objetivos

mais heroicos em um mundo inspirado nos contos de fantasia medieval (dragões, guerreiros, magos etc.).

Resumidamente, para habitar estes mundos, é necessário criar um avatar, sua “encarnação” – em sua acepção hindu – em um ambiente bem desenvolvido graficamente. Para tanto, são oferecidas variáveis que, quando combinadas, resultam em um personagem com papel determinado no jogo. Feito isso, o jogador comumente cruza com outros avatares pelo cenário e pode interagir com eles por meio de *chat* ou expressões corporais – *emotes*. O sistema de evolução de personagens se assemelha aos RPGs de mesa: realizando tarefas e derrotando inimigos, o personagem melhora seus atributos, tornando-se mais capacitado para enfrentar os desafios do jogo. A partir de determinado nível de evolução, o jogo impele o jogador a se organizar em grupos. Desta forma, torna-se mais fácil sobrepujar inimigos e desbravar novos territórios, dando seguimento à evolução. À medida que evolui o *char*, aventuras – também chamadas de *quests* – mais difíceis são oferecidas ao jogador, aumentando, proporcionalmente, a recompensa oferecida pela sua conclusão. Além de pontos de experiência, ou XP, que possibilitam *upar* (termo derivado de “*level up*”, ou seja, avançar um nível e melhorar os atributos), a recompensa é oferecida em dinheiro virtual (*gold*, *silver* e *copper*). Neste ínterim, percebemos uma série de atividades humanas transpostas para o ambiente virtual: as relações de amizade entre os jogadores, a organização em grupos com interesses comuns, o trabalho e suas remunerações são alguns exemplos de como o homem se apresenta nestes ambientes desterritorializados. Aos milhões, os indivíduos se organizam, tecendo redes de relacionamentos que vão além das limitações físicas. Nessas zonas de convivência, os vínculos sociais se constituem “a partir do ponto inicial do grau de afinidades e de interesses comuns, sem que os participantes tenham tido qualquer contato visual ou físico anterior”, conforme Ribeiro (2001, p. 141). São oferecidos lugares virtuais<sup>5</sup> onde os usuários têm a possibilidade de entrar em contato, trocando as mais variadas informações e compartilhando aventuras e suas respectivas recompensas. As informações passam a se cruzar no ambiente virtual, formando uma rede que, como define Castells (2003), é “um conjunto de nós interconectados”.

Considerando a quantidade de pessoas envolvidas nestas atividades e que, além da interação mediada e do caráter lúdico, há um contrato vigente entre o assinante do serviço e a empresa, tornando-os desta forma, clientes, é cabível questionar: qual a estrutura de governo de um mundo virtual? De que maneira a comunidade se manifesta no intuito de ter seus desejos atendidos? O montante gerado destes meios pode significar um valor expressivo na economia de um país? Como funciona o sistema de trabalho e consumo nos RPGs *online*? Tais questões evidenciam importantes desdobramentos

para os estudos acerca da sociedade contemporânea e de que maneira esta se organiza nos ambientes simulados. Além destas questões, o crescente interesse acadêmico em jogos eletrônicos reforça a necessidade de estudos neste sentido, como forma de contribuir para o *game studies* (campo acadêmico no qual estão inseridos os jogos eletrônicos) no contexto nacional. Ao longo deste percurso analítico, será possível observar um mundo no qual o jogador é um leitor/navegador/interator e um consumidor/colaborador/construtor, numa hibridização que remete ao cinema, à literatura e ao caráter lúdico da comunicação contemporânea. Nesse contexto, as observações feitas darão suporte à compreensão do tema central do estudo: o fluxo econômico em MMORPGs, dentro e fora do mundo virtual e seus pontos de interseção.

O último levantamento estatístico da *Entertainment Software Association*, a mais respeitada empresa de pesquisa de seu ramo nos Estados Unidos, traz dados importantes a serem considerados. Em pesquisa realizada em território norte-americano, e divulgada em junho de 2010, constatou-se que: 69% dos chefes de família jogam *videogame* e jogos de computador; 97% dos jovens jogam *videogame* e jogos de computador; 1 em cada 4 jogadores estão acima dos 50 anos; a idade média dos jogadores é de 35 anos e jogam há 12 anos; a maior parte dos jogadores espera continuar jogando *games* para o resto de suas vidas<sup>6</sup>.

Quando o ato de jogar *games* assume um corpo dessa dimensão é válido repensar a maneira de olhar para esta atividade, visto que a maioria da população já está inserida na dimensão dos jogos eletrônicos. Autores como Castronova (2007) dizem que nossa realidade será modificada profundamente, uma vez que gradativamente mais jogadores migram para estes mundos onde a estrutura de políticas públicas se assemelha em suas manifestações às do mundo físico. Ou seja, ambos envolvem o asseguramento dos interesses de um grande número de pessoas distintas, através da decisão do melhor curso de ações por parte das autoridades (de um lado, o governo, de outro, desenvolvedores de *games*). Este êxodo massivo pode, segundo Castronova, forçar o mundo real a uma adaptação às inovações propostas por estes mundos virtuais.

O início desta migração faz referência aos jogos em que se torna necessário ao jogador a interpretação do cenário onde se encontra como forma de avançar no jogo e de que maneira é possível interagir com o ambiente. Se olharmos para trás na linha do tempo deste gênero de *games*, chegaremos aos MUDs<sup>7</sup>, populares nas duas últimas décadas do século XX. Estes jogos se tornaram muito populares a partir do momento em que os computadores possuem um *modem* de acesso à rede. Isso, inclusive, permitia a troca de mensagens em tempo real pelos jogadores. Uma reformulação do *gameplay* se esboça.

Com os avanços tecnológicos, novas modalidades de *game* se tornam possíveis. É o caso dos MMORPGs, adaptações do sistema de jogabilidade dos RPGs com os jogos de aventura. Estes *games* se inspiram nos RPGs de mesa,

gênero em que cada jogador assume determinado personagem e desafios lhe são lançados. Nos tabuleiros de RPG, a aventura é narrada e os personagens agem para solucionar os problemas encontrados. Por isso, sua tradução mais comum é “jogo de interpretação de personagens”. De fato, é uma narração colaborativa. Com intenção mais social que competitiva, os RPGs unem os jogadores num único time, tornando-os, assim, companheiros. Nota-se que esse gênero não é enraizado na disputa, mas na cooperação. O grupo de jogadores precisa estar unido se quiser ter sucesso nas aventuras. Sendo assim, não há *um* vencedor, quem sempre vence, ao fim de cada campanha, é o grupo. Essa esfera de atividade “começa a funcionar só a partir do momento em que os participantes consentem em se transformar em bonecos temporários.” (McLUHAN, 1979).

A partir da segunda metade da década de 1990, os MMORPGs já possuem vários adeptos, muitos deles, jogadores dos MUDs que agora têm a possibilidade de interagir diretamente com o cenário, sem, muitas vezes, o intermédio do texto. Nesse sentido, jogar um *game* é como revelar a aventura a si mesmo, ou seja, à medida que avança com seu personagem. A história que nos é contada depende de nosso esforço cognitivo e físico para que haja uma progressão. Neste caso, o trabalho de Espen Aarseth oferece uma base da maior importância para o estudo do campo teórico onde estão situados os *games*. Ao utilizar o termo *cibertextos*, Aarseth (1997) apresenta um novo gênero literário: a literatura ergódica, que deriva do grego *ergos*, trabalho, e *hodos*, caminho. Sua classificação implica no esforço extra noemático requerido para o ato de leitura, mais que o mover de olhos ou o virar periódico de páginas. “Durante o processo cibertextual, o usuário terá efetuado uma sequência semiótica, e esse movimento seletivo é um trabalho de construção física que os vários conceitos de ‘leitura’ não englobam” (AARSETH, 1997, tradução nossa)<sup>8</sup>. Isto se reflete na utilização do corpo para que o texto se revele ao jogador, seja por meios de botões de um *joystick* ou pelo próprio movimento corpóreo. A construção destes mundos, por sua vez, encontra suporte nas observações feitas por Steven Johnson (2001) acerca da fusão entre artista e engenheiro existente no campo das novas tecnologias. O profissional da área de *game design* dialoga com elementos das artes visuais (ilustração, modelagem e renderização 3D etc.) e com a linguagem de programação, para construir a estrutura que ligará o resultado desta criação imagética, a interface, ao banco de dados contendo as informações a serem transmitidas ao usuário. Neste sentido, Manovich (2001) define que “(...) nós somos incitados a pensar as obras de arte das novas mídias como possuindo dois níveis separados: conteúdo e interface. Portanto, as velhas dicotomias *conteúdo-forma* e *conteúdo-meio* podem ser reescritas como *conteúdo-interface*”. (MANOVICH, 2001, tradução nossa)<sup>9</sup>. A característica de ambientação através da imagem, do som e da possibilidade de navegação e, mais recentemente, o fato de partilhar destas aventuras com pessoas reais localizadas em pontos distintos do planeta

são fatores que tornam os *games* tão atrativos para um grande número de pessoas, produzindo efeitos profundos no mundo físico.

“Jogos digitais fazem boa relação a outras mídias porque eles oferecem muito do que estas outras mídias já trazem (estórias, sons, imagens, movimento) e alguns fatores muito importantes que elas não possuem (interatividade, sensação tátil, sociabilidade).” (CASTRONOVA, 2007, tradução nossa)<sup>10</sup>.

Dada sua relevância na sociedade contemporânea, um breve histórico dos MMORPGs se faz necessário para podermos situar apropriadamente o *World of Warcraft* no contexto histórico dos jogos *online*. *Meridian 59*, em 1996, inaugura o sistema de cobrança mensal. Ao perceber a possibilidade de expansão de jogos desse tipo, vários títulos começam a ser lançados. Dentre eles, *Ultima Online* (1997), *Everquest* (1999), pioneiro na utilização de ambientes 3D, mais recentemente *Ragnarok* (2001), *Star Wars Galaxies* (2003) e *Lineage II* (2003) se tornaram *hits* na indústria dos jogos *online*. Apesar de todos estes títulos serem bastante expressivos na indústria dos MMOGs, nenhum deles atingiu o sucesso de *World of Warcraft* (2004) que obteve a marca histórica de mais de 240 mil cópias nas primeiras 24 horas após seu lançamento.

6

Antes de nos atermos às especificidades relacionadas ao acesso, é válida uma abordagem acerca do conceito de *mundos virtuais*. Segundo Ribeiro e Falcão (2009),

‘mundos virtuais’ são ambientes multiusuário, navegáveis espacialmente através de um avatar e mediados por computador que, apesar de deverem muito de sua lógica aos MUDs<sup>11</sup>, funcionam hoje como sua evolução, portando gráficos potentes, mitologias complexas e uma capacidade de receber milhões de jogadores no sistema de forma simultânea. (RIBEIRO e FALCÃO, 2009).

Em geral, os MMORPGs possuem um aporte narrativo baseado no pensamento maniqueísta, onde há duas facções rivais que se encontram em guerra. O jogador, ao criar seu avatar, escolhe à qual facção se filiar, no caso de *WoW*, a Aliança ou a Horda. Adentrar o mundo de *Azeroth* e participar destas aventuras implica em um cadastramento. Esse procedimento, por meio do site oficial, necessita de um pagamento que, ao ser efetuado, fornece uma chave de acesso ao jogo. Isto pode ser feito por meio do site, efetuando o *download* do jogo ou adquirindo os DVDs com os arquivos de instalação, ambos requerem um pagamento que pode ser efetuado pelo próprio portal do *game*. No entanto, essas formas de ingresso podem ser burladas. Há servidores alternativos de acesso, criados e organizados por outros programadores que não os da Blizzard, onde não é preciso comprar uma chave de licença. Os *servers*, não à toa, são chamados de “piratas” e neste caso, o acesso é livre. No entanto, a funcionalidade destes servidores deixa a desejar, pois, constantemente, eles não suportam a quantidade de jogadores e “caem”, desconectando todos os usuários presentes. Estes fatores apresentam campos interessantes a serem

percorridos pela pesquisa acadêmica em outro momento. Cabe agora nos atermos às possibilidades de comércio no universo do jogo – seja habitando ou orbitando o planeta *Azeroth*.

Ao adquirir uma senha de acesso, o usuário pode efetuar o seu *login* no servidor de jogo, a partir daí é direcionado à zona de seleção de personagens. Caso não tenha criado nenhum, é o passo inicial para habitar este mundo sintético. Na história do jogo, *Azeroth* se encontra em guerra entre duas facções, a Aliança e a Horda. Cada uma possui em seu plantel seis raças diferentes<sup>12</sup> de seres controláveis pelo *player*. Inspirados no universo dos RPGs e nos contos de fantasia, o jogador pode assumir o papel de Humano, Gnomo, Anão, *Draenei*, *Nightelfe Worgen*, pela Aliança e orc, troll, *Forsaken*, *Bloodelf*, Tauren e goblin, representando a força da Horda, cada uma com sua participação específica na história do jogo<sup>13</sup>. Neste *menu* também é possível escolher a classe à qual pertencerá este avatar, se será mago, guerreiro, paladino, ladrão, shaman, entre outros. Ao todo, são dez classes disponíveis em *WoW*. As combinações de raça e classe ficam a critério do jogador. Além disso, este ainda pode editar a aparência de seu avatar selecionando cor de pele, feição, estilo, cor do cabelo etc.; o visual do personagem é arbitrário. Obviamente, o nome também fica a critério do jogador.

7

Ao clicar no botão *Enter the World*, a jornada pelo mundo de *Azeroth* começa. Com elementos narrativos introdutórios, a história da raça escolhida é contada como forma de situar o jogador no contexto social em que seu avatar se encontra. Assim que se encerra a animação inicial, o jogador já pode movimentar seu *char* pelo cenário e logo surge no mapa um indicador da primeira *quest* a ser realizada. A identificação dos NPCs<sup>14</sup> que oferecem as aventuras (*quest givers*) se dá com um sinal exclamativo sobre suas cabeças. Ao interagir com esses personagens, surge à tela uma descrição da *quest* a ser realizada, contendo informações do que precisa ser feito, por que motivo e qual será a recompensa. “*Quests* em *World of Warcraft* têm uma estrutura muito clara. Suas partes básicas não variam: *Quest giver*, história de fundo, objetivos, recompensas.” (RETTBERG, J. W. *apud* KARLSEN, Faltin, 2008, tradução nossa)<sup>15</sup>. Desta forma, o jogador adquire os pontos de experiência (XP ou EXP) correspondentes à missão. Como são quantidades consideráveis de XP que o jogador recebe ao fim de uma *quest*, a realização destas empreitadas é o meio mais eficiente de *upar*<sup>16</sup>.

Ao realizar algumas *quests* iniciais, o jogador se acostuma com os comandos do jogo e já demonstra um grau de adaptação a este meio. Tal processo remete às observações feitas por Murray acerca do conceito de imersão: Segundo ela, a “imersão é um termo metafórico derivado da experiência física de estar submerso em água, que causa a mesma impressão sensorial de uma experiência psicologicamente imersiva em uma realidade estranha” (MURRAY, 2003). Ao tomarmos essa “realidade estranha” como um mundo virtual, graficamente bem elaborado, observa-se que a simulação perpassa o avatar de

maneira que este pode, inclusive, desenvolver certas habilidades *in game* e ter uma profissão, sendo remunerado (com a moeda virtual) por isso. Simulando o ato de trabalhar, o jogador pode se tornar alquimista, ferreiro, joalheiro, costureiro, pode aprender a cozinhar, a pescar entre uma série de outras atividades passíveis de aprendizado no universo do jogo. “Em um jogo como *World of Warcraft*, [...] você pode fazer centenas de milhares de coisas, usando receitas específicas e então pode vendê-las usando uma moeda corrente sintética.” (CASTRONOVA, 2007, tradução nossa)<sup>17</sup>. No caso, essa moeda chama-se *gold* e remete a peças de ouro (as moedas de menor valia são *silver* e *copper*, prata e cobre, respectivamente). No caso de *WoW*, é possível combinar uma quantidade enorme de itens para produzir objetos de maior valia que podem ser vendidos, trocados ou doados. À medida que seu personagem evolui, o avatar aprimora suas habilidades, podendo criar itens melhores e em consequência, vendê-los por um preço mais elevado.

No entanto, para adquirir dinheiro virtual existem formas alternativas à experiência do jogo. Neste ponto, o real e o virtual se cruzam por meio de dados bancários. Empresas especializadas no ramo de jogos *online*<sup>18</sup> funcionam como casas de câmbio, onde quantias de dinheiro virtual são trocadas por moedas do mundo físico e vice-versa. Este sistema monetário é um perfeito simulacro da bolsa de valores real, com cotação por servidor e especulação. No caso de *WoW*, em abril de 2012, o preço oferecido por 1000 *golds*, estava em U\$ 1,19 para compra pelo jogador e R\$ 0,0020/*gold* na venda para a empresa. *In game*, a atividade de “garimpar” ouro para vender posteriormente chama-se *gold farming*. Além de trocar moedas, estes *sites* vendem itens, armas e até personagens mais evoluídos. Por exemplo, em 2007 um personagem de *WoW* foi vendido por U\$ 9.000 dólares por meio do *site* eBay.com. A Blizzard afirma que tal atitude foge das regras do *game*. Ou seja, o jogador pode comprar um avatar poderoso, mas isto não incide no fato de saber como utilizá-lo da melhor maneira, pois o jogador não aprendeu com seu avatar, mas o adquiriu já evoluído.

Neste sentido, a maneira mais efetiva de evoluir o personagem é realizando *quests* ao longo do jogo. A evolução se dá quando este, ao adquirir determinado número de XP, sobe de nível, *upa*. Este processo é também chamado de *leveling*. Melhorando seus atributos, o avatar torna-se mais preparado para enfrentar inimigos mais fortes e realizar *quests* mais complicadas. Segundo Andrade (2007), o *level*

é um indicador que [...] fica à mostra na parte superior da tela e aparece feito um *cartão de visita* sobre a cabeça dos avatares, encontrados no interior do ambiente. [...] *Conhecimento* é a palavra que melhor pode definir o sentido de *level*. Ou seja, à medida que o interator vai jogando, explorando o ambiente [...] e interagindo com os elementos desse cenário, cumprindo missões e sendo remunerado, seu indicador vai aumentando. [...] A cada *level* que avança, meu avatar vai se tornando mais capacitado para a aventura [...] porque assim estaria adquirindo mais conhecimento, enfrentando armadilhas do jogo. (ANDRADE, 2007)

À medida que o jogador adquire maior “conhecimento” por intermédio do seu avatar, as *quests* levam-no a cumprir tarefas fora do local onde começou sua jornada. Saindo das vilas em direção a cidades maiores, torna-se mais comum interagir com outros jogadores, fato que também se deve à maior dificuldade encontrada nas *quests* seguintes. Agora o avatar se reorganiza em torno dos grandes centros de *Azeroth*, podendo escolhê-las como *lar*. Nesses ambientes, há grande variedade de lojas como hospedarias, lojas de armas, bares, escolas de magia e habilidades, locais onde comprar itens específicos para as profissões desenvolvidas entre tantos estabelecimentos virtuais controlados por NPCs. Os itens ofertados atendem a *chars* de *levels* e poder aquisitivo diferentes, uma vez que alguns objetos só podem ser usados a partir de determinado nível.

Neste sentido, é importante ressaltar a questão de igualdade de oportunidades nos MMOGs. O fato de os avatares iniciarem suas “vidas” em igual situação econômica e de XP contribui para a diversão do jogo, pois um jogo que não é justo deixa de ser divertido. Os personagens surgem com possibilidades semelhantes de emprego (*quests* disponíveis, no caso), no entanto, iniciam sua jornada sem qualquer peça de cobre. Para adquirir fundos, é preciso trabalhar por salários imediatos, no caso das *quests*, ou coletar moedas e objetos dos inimigos derrotados. Este fator de equilíbrio também se demonstra nas combinações de raças e classes distintas, no sentido de equalizar seus atributos. Espera-se que o jogador possa escolher a combinação que preferir, ciente que sua seleção resulta em um espectro de habilidades e proficiências que estejam em grau de disputa às escolhas dos outros jogadores do mesmo nível. Por exemplo, um mago nível 5 deve ser capaz de enfrentar um guerreiro nível 5 em igualdade, apesar das diferentes maneiras de utilizar as habilidades que possuem. Segundo Castronova (2007), estas regras são normas de diversão, sem as quais, o jogo torna-se injusto e, portanto, pouco requisitado pela comunidade *gamer*. Isso infere na teoria econômica chamada *equidade*. No caso, as pessoas em uma condição de vida semelhante devem arcar com os mesmos encargos e receber os mesmos benefícios. A esta noção de gestão dá-se o nome de *equidade horizontal*.

A *equidade vertical*, por sua vez, implica em métodos para tornar a diferença socioeconômica em uma comunidade menos discrepante. Utilizemos o exemplo dos impostos: Os mais ricos teriam de pagar impostos mais altos, uma vez que arrecadam mais divisas. Os mais pobres, arcariam com menores taxas, já que sua receita é voltada, principalmente, à subsistência. Em um exemplo básico, uma pessoa pobre ao ganhar R\$ 100,00 se satisfaz devido à necessidade, enquanto o rico permanece em condição semelhante à anterior. Observando esse último no contexto dos MMOGs, é notável que este conceito se choca com a possibilidade de diversão. No momento em que, ao evoluir o personagem realizando tarefas mais difíceis, a recompensa permanece baixa como nos níveis iniciais da carreira, o jogo torna-se tedioso. Espera-se que, à medida que o avatar evolui, seja premiado com novos tesouros, itens mais potentes e o aprimoramento de suas habilidades. Ou seja, para atrair o jogador à dinâmica do *game*, os ricos devem

receber maiores prêmios. Castronova (2007) ainda explicita um fator curioso nos MMORPGs: a disparidade econômica encontrada nestes jogos é explícita no visual dos *chars*. A identificação visual dita a maneira que os demais jogadores se reconhecem e interagem no ambiente do jogo. Com as informações iniciais em mãos, “o indivíduo terá de agir de tal modo que, com ou sem intenção, *expresse* a si mesmo, e os outros, por sua vez, serão *impressionados* por ele” (ICHEISER, G. *apud* GOFFMAN, 2002. p. 11). O notável nos MMOGs é que as pessoas parecem não se incomodar com essas disparidades a ponto de serem criadas discussões de classe. As discussões políticas destas comunidades virtuais giram em torno de questões mais relacionais com a equidade horizontal. Ou seja, é vital que haja uma semelhança na oferta de oportunidades de evolução. Os jogadores reúnem-se nos fóruns relacionados para discutir questões que julgam essenciais para a manutenção destes mundos e se mobilizam como forma de pressionar os desenvolvedores para uma solução que agrada a maior parte deles. Quando seus desejos não são atendidos, o jogo se torna entediante e logo depois os jogadores migram para outros *games*. Do ponto de vista empresarial, não satisfazer as necessidades do cliente é um fiasco.

Outro ponto importante de discussão é a organização, no ambiente do jogo, de grupos com interesses comuns. A ideia de guildas é retomada nos RPGs *online* como um agrupamento de pessoas que partilha de alguns signos e se organiza desta maneira para que os objetivos sejam atingidos coletivamente. Steven Johnson (2003) descreve a formação de guildas no contexto da Itália renascentista, com os mercadores de seda se organizando em busca de melhores condições de trabalho e um aprimoramento da técnica. A agremiação de indivíduos isolados em um corpo social remete ao conceito de emergência defendido pelo autor americano. Neste sentido, a união organizada e espontânea de pessoas com interesses comuns é no intuito de facilitar a solução de determinados desafios enfrentados por estes indivíduos. Em *WoW*, os membros de uma guilda auxiliam-se mutuamente, trocando itens entre si, unindo forças para realização de *quests*, entre outras atividades coletivas. É um reforço à principal funcionalidade de um MMORPG, a interação entre seus participantes.

*WoW* possui algumas instituições que auxiliam a transação de divisas entre os jogadores. Há casas de leilão (*auction houses*), em que itens são levados à venda pelos jogadores por preços mais acessíveis que as casas de venda do jogo. Além disso, itens especiais (armas, armaduras ou pergaminhos adquiridos como recompensas de *quests*, por exemplo) vão a escambo por peças de *gold*. Ao comprá-los, são armazenados em *bags* (mochilas, bolsas ou pochetes), com determinados espaços a serem preenchidos pelos itens. Cabe ao jogador determinar quais itens serão necessários para a jornada. Quando as *bags* estão cheias e não há mais espaço para itens adicionais, há bancos onde é possível depositá-los e sacá-los posteriormente. Também composto de *slots*, os bancos em *WoW* são importantes não só para o avatar separadamente, mas para as guildas, com uma guia específica para os espaços do grupo. O fluxo de itens

entre os participantes destes agrupamentos é uma atividade comum, sobretudo nas preparações pré *raids*<sup>19</sup>. Ao se dividirem em *tank*, *healer* ou *DPS*<sup>20</sup>, os jogadores se equipam para desempenhar com maior eficiência o papel assumido, utilizando itens que melhorem seus atributos de defesa, ataque ou magia.

Concluindo, os pontos apresentados no presente artigo reverberam a necessidade de análises mais cuidadosas sobre aspectos que envolvem os MMORPGs, sejam elas pelo viés da psicologia, da sociologia ou da economia. Embora, atualmente, os fatos e dados aqui discutidos pareçam casos isolados, o crescimento destes jogos mostram que a sociedade já se configura em torno destes meios, modificando a maneira como pensamos, comunicamos e arrecadamos divisas. Os jogos eletrônicos, aliados à possibilidade de dividir as experiências com outras pessoas por meio da *Internet*, transformam a própria esfera do lúdico. As mídias digitais abrem um portal em cada tela, convidando astutamente pessoas a “encarnarem” nestes mundos de *bits*. Antes só era possível jogar coletivamente no momento em que os jogadores dividiam o espaço físico no controle de *joysticks* ou sentavam ao redor de uma mesa em uma aventura de RPG. Agora a aventura é partilhada em tempo real com avatares sob o controle de pessoas no mundo físico. No virtual, lado a lado, os personagens configuram uma ordem social a partir do interesse na diversão, se organizam coletivamente, arrecadam fundos e criam laços de amizade. A partir daí, cabe aos estudiosos e pesquisadores da área, acompanhar a velocidade deste crescimento e investigar aonde estas mudanças nos levarão em um futuro próximo.

11

## NOTAS

- 1 Massive Multiplayer Online Role-Playing Game, RPGs com suporte *online*, jogados por grande número de pessoas através da Internet.
- 2 <<http://www.numberof.net/number%C2%A0of%C2%A0mmo%C2%A0subscribers/>> e <<http://www.numberof.net/number%C2%A0of%C2%A0mmo%C2%A0players/>> Acesso em 7 set. 2011.
- 3 “La palabra es el hombre mismo”
- 4 <<http://us.blizzard.com/en-us/company/press/pressreleases.html?id=2847881>> Acesso em 7 set. 2011.
- 5 Nos MMOs, cidades e vilas são locais comuns de interação entre jogadores (representados, obviamente, por seus avatares).
- 6 Entertainment Software Association. Essential Facts About the Game Industry: 2010, Sales, Demographic and Usage Data. Disponível em: <[http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA\\_Essential\\_Facts\\_2010.PDF](http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_Essential_Facts_2010.PDF)> Acesso em 5 set. 2010.
- 7 MUD - *Multi-User Dungeon* – Calabouço Multi-Usuário. São ambientes digitais com base no texto, onde o jogador desenvolve suas ações digitando comandos. Sua interação não é direta, mas mediada pelo próprio texto escrito. A aventura perpassa muito mais a interpretação do que a ação em si. A estética se assemelha muito a RPGs como *Dungeons & Dragons* e o objetivo principal é derrotar os inimigos e resolver os desafios propostos.
- 8 “During the cybertextual process, the user will have effectuated a semiotic sequence, and this selectivemovement is a work of physical construction that the various concepts of ‘reading’ do not account for.”

- 9 "(...) we may be tempted to think of a new media artwork as also possessing two separate levels: content and interface. Thus, the old dichotomies *content-form* and *content-medium* can be rewritten as *content-interface*"
- 10 "Digital games do well relative to other media because they offer much of what those other media do (stories, sounds, images, movement) and some very important things that they do not (interactivity, tactile sensation, sociality)"
- 11 MUD - *Multi-User Domains* – São ambientes digitais com base no texto, onde o jogador desenvolve suas ações digitando comandos. Sua interação não é direta, mas mediada pelo próprio texto escrito. A aventura perpassa muito mais a interpretação do que a ação em si.
- 12 A nova expansão do jogo, denominada *Mysts of Pandaria*, oferece uma nova raça para ambas as facções: os Pandaren. No entanto, como ainda não foi lançado oficialmente, optou-se por apresentar somente as seis raças já existentes.
- 13 Para maiores informações sobre a história do mundo e das raças de Warcraft Cf. <<http://us.battle.net/wow/pt/game/>> Acesso em 15 abr. 2012.
- 14 *Non Player Character* – Personagens emulados pelo jogo, que não são controlados por pessoas reais.
- 15 Quests in World of Warcraft have a very clear syntax. The basic parts of a quest do not vary: Quest-giver, background story, objectives, rewards.
- 16 Uma apropriação do termo *level up*, subir de nível.
- 17 In a game like *World of Warcraft*, (...) you can make one of hundreds of thousands of things, using specific recipes, and then you can sell them using a synthetic currency.
- 18 DFGames. Disponível em <<http://www.dfgames.com.br/>> . Acesso em 6 abr. 2012. WoW Gold Store. Disponível em <<http://www.wow-goldstore.com/>>. Acesso em 5 set. 2011.
- 19 Agrupamentos com intento de atacar zonas específicas, cujo acesso só é possível mediante a formação deste coletivo.
- 20 Expressões para as posições que ocupam na *raid*. *Tank* é o avatar que suporta os ataques, geralmente da classe de guerreiros ou paladinos. Healer é quem se responsabiliza pela cura dos parceiros durante os combates. *DPS* – *damage per second* – é quem tem a capacidade de afligir mais dano no menor tempo.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

AARSETH, Espen. *Cybertext: Perspectives on ergodic literature*. Baltimore and London: The John Hopkins Univ. Press, 1997.

ANDRADE, Luiz Adolfo de. *A Galáxia de Lucas – Sociabilidade e narrativa nos jogos eletrônicos*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Curso de Pós-graduação em Comunicação, 2007.

BAUDRILLARD, Jean. *Tela total: Mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

CASTRONOVA, Edward. *Exodus to the virtual world: How online fun is changing reality*. New York: Palgrave Macmillan, 2007.

GOFFMAN, Erving. *A representação do Eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2002.

HUIZINGA, Johan. *Homo ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 1996.

JOHNSON, Steven. *Cultura da Interface: Como o computador transforma nossa maneira de criar e se comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

\_\_\_\_\_. *Emergência: A vida integrada de formigas, cérebros, cidades e softwares*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

KARLSEN, Faltin. *Quests in Context: A comparative analysis of Discworld and World of Warcraft*. 2008. Disponível em <<http://gamestudies.org/0801/articles/karlsen>>. Acesso em 18 abr. 2012

LEMOS, André (org.) e PALACIOS, Marcos (org.). *Janelas do ciberespaço*. Porto Alegre: Sulina, 2001.

MANOVICH, Lev. *The language of new media*. London: The MIT Press, 2000.

MCGONIGAL, Jane. *Reality is broken: why games make us better and how they can change the world*. London: The Penguin Press, 2011.

MCLUHAN, Marshall. *Jogos, as extensões do homem*. In: *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultix, 1979.

MURRAY, Janet. *Hamlet no Holodeck: O futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural - Unesp, 2003.

RIBEIRO, José Carlos. *Um breve olhar sobre a sociabilidade no ciberespaço*. In: LEMOS, André (org.) e PALACIOS, Marcos (org.). *Janelas do ciberespaço*. Porto Alegre: Sulina, 2001.

RIBEIRO, José Carlos e FALCÃO, Thiago. Mundos virtuais e identidade social: processos de formação e mediação através da lógica do jogo. Logos. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2009. Disponível em <[http://www.logos.uerj.br/PDFS/30/07\\_logos30\\_JoseThiago.pdf](http://www.logos.uerj.br/PDFS/30/07_logos30_JoseThiago.pdf)>. Acesso em 11 set. 2011.