

A voz dos jogadores: apropriação e produção de conteúdo nos games no contexto da 8ª geração dos consoles

Nilson Valdevino Soares¹ e Luís Carlos Petry²

¹ Doutorando no programa de Tecnologias da Inteligência e Design Digital da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob orientação do Prof. Dr. Luís Carlos Petry. Bolsista CAPES. E-mail: nilsonsoares@gmail.com

² Professor doutor do Programa de Pós-graduação em Tecnologias de Inteligência e Design Digital da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Coordenador do Núcleo de Pesquisas em Hiperfídia e Games (NuPHG) da mesma instituição. E-mail: petry@pucsp.br

RESUMO: há uma mudança presentemente acontecendo na cultura dos jogos digitais: os consoles da 8ª geração oferecem ferramentas de compartilhamento de experiências de jogo e também sistemas operacionais integrados a comunidades virtuais, enquanto, nos PCs, o Steam vem ampliando o espaço destinado à produção dos jogadores. Os resultados ultrapassam as fronteiras do jogo, transformam a relação entre jogadores e indústria e até mesmo o significado das táticas de apropriação para as comunidades de jogadores. A esta pesquisa concerne o fenômeno da produção de conteúdo pelos jogadores à luz das teorias dos game studies e cibercultura.

PALAVRAS-CHAVE: games; produção participatória; apropriação; game studies; cibercultura.

ABSTRACT: there is a change in progress on the culture of digital games: the 8th generation consoles offer tools for sharing gaming experiences and also operational systems integrated to virtual communities, while, on PCs, Steam amplifies the space dedicated to player produced content. The results surpass game's frontiers, transform the players-industry relationship and even the meaning of the appropriation tactics used by player's communities. This research concerns itself with the players produced content phenomenon under the light of the game studies and cyberculture theories.

KEYWORDS: games; participatory production; appropriation; game studies; cyberculture.

INTRODUÇÃO

Os jogos digitais apresentam uma nova e fértil fronteira de questões a serem trabalhadas a partir de uma perspectiva transdisciplinar. Percorrendo horizontal e verticalmente os subcampos da cultura, da técnica e da arte, envolvendo e *anolando* (BARRIVIERA, 2006)⁵ saberes da arte, comunicação, da tecnologia e outros tantos, eles se apresentam como um *palco* ou *cenário* (LAUREL, 1991) privilegiado para a representação humana (subjetiva) e, nisto, os fenômenos de sobredeterminação, entre *técnica digital*, *cultura* e *modos de ser* no social, se convertem em matrizes topológicas de mútua determinação (MANNOVICH, 2001; PETRY L., 2016).

Mostra-se no fértil campo da transdisciplinaridade que uma *nova voz* se faz ouvir, bem como *mostrar seus efeitos* significantes no real do tecido cultural, social, material e econômico. É ela a *voz dos jogadores*, que se transforma e se transmuta de *simples usuário* para a polissêmica estrutura de *produtor de conteúdo* e, inclusive, no seu zênite, como *produtor indie de jogos* como objetos transculturais-digitais (MURRAY, 2003; MANNOVICH, 2001; JENKINS, 2006a).

No presente artigo enfocamos a perspectiva de que vivemos, contemporaneamente, uma mudança de perspectiva na relação dos jogadores para com a indústria dos jogos, em grande parte no que tange à produção de conteúdo por esses jogadores e suas diversas implicações. É nosso objetivo fazer uma exploração inicial dessa mudança, observando seus contextos, circunstâncias e características.

MUDANÇA GERACIONAL

Nossa atualidade compreende o período da 8ª geração de consoles. Iniciada em 2011 com os portáteis Nintendo 3DS (lançado em fevereiro) e o PlayStation Vita (lançado em dezembro), a 8ª geração tem como seu primeiro console não-portátil o Wii U (lançado em novembro de 2012) e é constituída por mais dois aparelhos centrais (considerando os produzidos pelas “três grandes”: Nintendo, Microsoft e Sony), ambos lançados em novembro de 2013: PlayStation 4 e Xbox One.

Historicamente, cada passagem de uma geração de consoles para a outra traz consigo melhorias técnicas das capacidades gráficas dos consoles, no incremento da capacidade de processamento computacional e, conseqüentemente, na expansão das potencialidades e possibilidades narrativas nos jogos digitais. As mudanças gráficas, entretanto, representam apenas parte dos aspectos que separam uma geração da outra, existem sempre outras características definidoras que as acompanham: podemos mencionar como exemplos a mudança

5 Traduzimos a *déysis* aristotélica presente no tópico 18 da Poética por *anolamento* e a *lysis* por *desanolamento*, o que lhes confere, desde o pensar grego, uma perspectiva topológica.

das estruturas de jogabilidade majoritariamente 2D para a 3D, na 5ª geração, ou a adoção das mídias programáveis (cartuchos ou cartões) pelos consoles da 2ª geração.

Ora, considerar os benefícios gráficos, sonoros, de jogabilidade, etc., associados à expansão narrativa nos jogos digitais, demanda, aqui, também em considerar suas implicações sociais, culturais, econômicas, cognitivas e, fundamentalmente, as permutações ocorridas entre os sujeitos envolvidos, nas quais ocupa um lugar central a produção de conteúdo e conhecimento que gravitam ao redor do fenômeno jogo digital.

No caso dos consoles da 8ª geração, observemos no quadro abaixo algumas das potencialidades que oferecem.

O quadro acima apresenta exemplos modelares de tais reconfigurações: comunidades virtuais integradas ao sistema do console, listas de amigos, ferramentas de chat, tomada de *screenshots* e gravação de vídeo do *gameplay* – incluindo ferramentas para a realização de seu compartilhamento on-line, ou mesmo *streaming*⁶ – integração em plataformas como Twitter, Facebook, YouTube ou Twitch, entre outros recursos. Observados em conjunto, esses recursos destacam uma direção clara:

- a) Em primeiro lugar, uma aproximação, dos consoles da 8ª geração, às mídias sociais e suas características;
- b) em segundo lugar, uma recorrente ampliação da relevância da produção (e consumo) do conteúdo associado ao jogo gerado pelos jogadores – sua quantidade, disponibilidade e o espaço a ele destinado.

Tal aproximação revela uma relação de particular relevância para os jogos digitais contemporâneos, principalmente quando verificamos que os consoles adotam uma lógica opaca de interface e interação, relativamente falando, quando em contraposição à maior transparência dos computadores pessoais (JOHNSON, 2001), os quais refletem maior liberdade ao usuário e, conseqüentemente, maior leque de opções. É então, compreensivelmente, nos computadores pessoais que melhor percebemos a dimensão da questão, da associação do jogo digital, enquanto *objeto cultural digital* (MANNOVICH, 2001), com a produção de conteúdo por parte da comunidade de jogadores, devido, entre outros fatores, à maior liberdade e diversidade oferecida pela plataforma.

Neste momento – onde se associam fatores que gravitam ao jogo digital (além de “jogar o jogo”), tais como: produzir incrementos para o jogo ou conteúdo sobre ele e/ou com ele –

6 Por *streaming* aqui nos referimos a um meio on-line de entrega de conteúdo multimídia (no caso, vídeo) ao usuário final em tempo real. Ao contrário de outro popular meio de entrega de conteúdo, o *download*, o *stream* não precisa estar completo antes de sua distribuição; fazer *stream* de algo significa entregar o conteúdo na medida em que ele está sendo produzido, reproduzindo a lógica do “ao vivo” da TV ou rádio.

	Nintendo 3DS	Playstation Vita	Wii U	Playstation 4	Xbox One
Screenshots	Captura; compartilhamento	Captura; compartilhamento	Captura; compartilhamento	Captura; compartilhamento	Captura; compartilhamento
Vídeos			Captura; compartilhamento	Captura; <i>streaming</i> ; compartilhamento; edição; botão dedicado no controle.	Captura; <i>streaming</i> ; compartilhamento; edição; atalho no controle.
Comunidade	Lista de amigos; Miiverse	Lista de amigos; Near	Lista de amigos; Miiverse	Lista de amigos; listas de discussão	Lista de amigos; suporte a guildas
Comunicação com outros jogadores	Texto	Texto; áudio	Texto; áudio (parcial); vídeo	Texto; áudio	Texto; áudio; vídeo
Achievements		Sim		Sim	Sim
Redes sociais de terceiros	Youtube. Via browser: Facebook; Twitter	Youtube; Facebook; Twitter; Foursquare; Twitch; Flickr	Youtube. Via browser: Facebook; Twitter	Youtube; Facebook; Twitter; Vimeo; Twitch; U-Stream	Youtube; Twitter; Twitch; Skype,
Outros	StreetPass; Mii Plaza; Swapnote		Nintendo Creators Program	Agenda de eventos; Share Play	

QUADRO 01: Listagem parcial de recursos sociais e de produção ou distribuição de conteúdo por jogadores nos consoles da 8^a geração.

entra em operação a sobreposição de um *framework de jogos* em um sistema multiplataforma para computadores pessoais: trata-se do *Steam*⁷.

O Steam, hoje líder mundial em distribuição digital de jogos, vem, nos últimos anos, agregando vários recursos no sentido de facilitar a criação e distribuição de conteúdo produzido pelos jogadores, bem como a participação da comunidade. Podemos citar, entre outros recursos, o Steam Workshop (que disponibiliza as modificações de jogo produzidas pelos jogadores); o Greenlight (que inclui a comunidade na decisão de se jogos independentes ou amadores serão incluídos no portfólio de distribuição do Steam); o Early Access (que facilita a participação da comunidade nos testes de jogos em desenvolvimento); além da venda e distribuição digital de softwares usados no desenvolvimento de jogos.

O incentivo à produção de conteúdo pelos jogadores, e o crescimento de disponibilidade desse tipo de conteúdo, tem, através das implicações dos conceitos do “design participatório”⁸ e da convergência de mídias (JENKINS, 2006a), o potencial de mudar a forma como produzimos e interagimos com uma das mais relevantes mídias da contemporaneidade.

PRODUÇÃO DOS JOGADORES COMO APROPRIAÇÃO

Uma das formas de aproximação eficaz com a questão da *produção da comunidade de jogadores*, sob a perspectiva transdisciplinar da comunicação, é a de pensarmos propedeuticamente o caminho dos processos de transformação intracomunidades que os jogos processaram na sua gênese histórica. Neste sentido, um dos pontos de partida se encontra nos tradicionais jogos de RPG, os *role-playing-games*, *jogos de interpretações de papéis*⁹.

Nos jogos de RPG tradicionais, é papel do mestre do jogo elaborar uma série de desafios para seus jogadores – assim como considerar quais artifícios poderão usar para superá-lo. Não é incomum, entretanto, que ele se depare com situações nas quais os jogadores têm ideias imprevistas, formas de solucionar o problema não imaginadas pelo mestre. RPGs são, afinal, jogos abertos onde, de modo geral, os jogadores não ficam apenas restritos a um pequeno número de ações possíveis no jogo, e sim baseiam suas opções através de criatividade

7 Criado em 2003 pela desenvolvedora de jogos Valve, o Steam atingiu em 2015 o número de 125 milhões de usuários ativos (TE, 2016). Cf. <http://store.steampowered.com>

8 Forma de pensar a criação “que engaja os potenciais usuários de um novo sistema em cada passo do processo de design, não meramente como informantes ou testadores, mas como membros colaborativos do time de design” (MURRAY, 2012).

9 Os RPGs migram para os jogos digitais e, eventualmente, modificam-se até o surgimento de um subgênero de particular relevância para a produção de conteúdo por parte dos jogadores: o MMORPG (Massive Multiplayer Online Roleplaying Games – Jogos de Interpretação On-line para Quantidade Massiva de Jogadores), que estudamos de forma detalhada em outra ocasião (SOARES; 2009). Eles consistem em jogos nos quais os jogadores formam, remotamente (através de seus dispositivos computacionais), grupos que compartilham um mesmo mundo. Além do compartilhamento de mundo, os MMORPGs possuem outras características que os distinguem: física própria, existência em tempo real e persistência – o mundo continua a existir em tempo-real mesmo após a desconexão do usuário (BARTLE, 2003; SOARES, 2009; FLEURY; SAKUDA; CORDEIRO, 2014).

e imaginação – o fato do manual de jogo não descrever a possibilidade de derrubar as paredes de um labirinto, ao invés de percorrê-lo, não impossibilita tal curso de ação.

Nos jogos digitais, apesar de estrutura mais fechada que os RPGs tradicionais, também podemos observar o fenômeno. Como Juul (2005) coloca, “quando jogando um jogo, podem ocorrer eventos que o *designer* não previu”. Podemos citar como emblemático exemplo a origem da técnica do *rocket jumping*. Jogadores do FPS “Doom”¹⁰ perceberam que, de acordo com a física do jogo, explosões empurram os personagens, mandando-os para longe delas. Com base nisso, não demorou muito para alguns jogadores começarem a usar os lança-mísseis portáteis, carregados pelos personagens, não apenas como armas, mas também como “máquinas de salto”: ao subir em um ponto alto de um mapa do jogo e atirar em uma parede próxima, a explosão mandaria o personagem para longe a uma grande velocidade, metafórica e literalmente “saltando as paredes do labirinto”, permitindo *trapeçar jogando com as próprias condições dadas pelo jogo*. A prática ganhou o nome de *rocket jumping*, refinou-se nos jogos do gênero que acrescentaram a possibilidade de mirar (e atirar) para cima e para baixo (pois tornavam possível atirar diretamente no chão, propelindo o personagem para cima e eliminando a necessidade de se buscar um ponto alto do mapa adequado) e, de um imprevisto com cara de trapaça, tornou-se parte integrante, e esperada, de vários FPS. Em Quake III é possível perceber NPCs usando a técnica; em Team Fortress 2 o *rocket jumping* é descrito pelo jogo como habilidade de uma das classes de personagem.

Os exemplos acima nos conduzem à situação de considerarmos, à guisa de referência, três momentos referenciais na história dos jogos digitais:

- a) 1958 e a criação do Tennis for Two por William Higinbotham no Laboratório Nacional de Brookhaven¹¹;
- b) 1962 e a criação de Spacewar por Steve Russel no Instituto de Tecnologia de Massachusetts¹²;
- c) 1978 e a criação de MUD¹³ por Roy Trubshaw e Richard Bartle na Universidade de Essex¹⁴.

¹⁰ Lançado pela “id Software” para PCs (MS-DOS) em 1993, foi posteriormente portado para mais de uma dezena de plataformas diferentes. Embora não tenha sido o primeiro jogo de seu gênero (FPS, do inglês *first person shooter*, ou “jogo de tiro em primeira pessoa) foi um dos jogos chave do gênero, ajudando grandemente em sua popularização.

¹¹ Cf. Harrison Jr. (1964) e Kent (2001).

¹² Cf. Kent (2001).

¹³ Originalmente apenas “MUD”, quando o termo significava “*Multi-User Dungeon*”, ou “Masmorra Multi-Usuário”. Era um jogo multiplayer com interface textual e mundo persistente, foi o primeiro mundo virtual. Posteriormente o termo se expandiu, deixou de ser apenas um jogo e passou a representar um gênero de jogos: “*Multi-User Domain*”, ou “Domínio Multi-Usuário”: mundos virtuais textuais derivados de MUD¹ e com as mesmas características básicas dele, porém em cenários diferenciados.

¹⁴ Cf. Kent (2001).

Todos constituem eventos seminais para a história dos jogos digitais, e cada um deles é fruto de alguma apropriação, de alguma transgressão.

Tennis for Two foi desenvolvido por um físico ex-integrante do Projeto Manhattan, em um laboratório de energia nuclear construído sobre instalações que previamente haviam abrigado uma base militar. O Laboratório abria, uma vez por ano, para visitação por estudantes e público em geral, em um esforço do governo americano de demonstrar a importância do desenvolvimento científico, o “Visitor’s Day”. *Tennis for Two* foi desenvolvido para ser exibido em uma dessas ocasiões; seu criador declarou que sua idéia era que “poderia animar o lugar ter um jogo que as pessoas pudessem jogar, e que poderia passar a mensagem de que nossos esforços científicos tinham relevância para a sociedade” (BROOKHAVEN, [entre 1993 e 2008]). Mais do que isso, é significativo que, para exibir o jogo (que “rodava” em um computador analógico), foi utilizado um osciloscópio – tipo de aparelho cujo objetivo original é averiguar as variações do potencial elétrico em um dado sistema.

Já com relação ao *Spacewar*, Steve Russel fazia parte do Tech Model Railroad Club (TMRC), uma organização estudantil do MIT que:

[...] atraía estudantes que gostavam de construir sistemas e ver como as coisas funcionavam. Esses não eram estudantes de faculdade típicos. Muitos deles eram baixos e a maioria não era atlética. Alguns usavam óculos com lentes grossas. No final da década de 1950 e no começo da de 1960, anos antes da invenção da calculadora de bolso, esses eram os garotos que carregavam réguas de cálculo (KENT, 2001, tradução nossa)¹⁵.

Mais que isso, o TMRC é, em grande parte, responsável pelo florescimento da cultura e ética *hacker*, assim como pela popularização do termo. “*Hack*” era uma gíria comum no campus do MIT, significando elaboradas peças e trotes dos alunos. Exemplos de notórios “*hacks*” no MIT são: esconder a porta do escritório do reitor com um quadro de avisos falso ou decorar o “Grande Domo” da universidade como o robô R2-D2 dos filmes *Star Wars*. Os membros TMRC, porém, usavam *hack* com outro significado: uma solução engenhosa, inteligente, para um problema. Logo a gíria encontrou uma aplicação freqüente para descrever o resultado de soluções de programação. A ética *hacker* do TMRC envolvia também outros aspectos, como a lógica de que os códigos não eram propriedade de um indivíduo, mas livres para colaboração e participação coletiva, assim o sentimento de que “a informação deve ser livre”. E foi dentro desse *mindset* que Russell desenvolveu o *Spacewar*, com a colaboração de diversos colegas.

MUDI, com sua jogabilidade multiplayer on-line para até 32 jogadores, teve seu desenvolvimento possível devido, em grande parte, ao projeto EPSS, que conectava a Universidade de Essex à Arpanet. A universidade contava também com modems que possibilitavam a co-

15 “[...] appealed to students who liked to build systems and see how things worked. These were not typical college students. Many of them were short and most were unathletic. Some wore thick glasses. In the late 1950s and early 1960s, years before the invention of the pocket calculator, these were the kids who carried a slide ruler”.

nexão com algumas BBSs locais, porém, apenas durante as madrugadas, quando os escassos recursos de conexão da Universidade não estivessem sendo usados para outros fins considerados mais “produtivos”.

Com esses três casos queremos dizer que os jogos digitais, os *games*, já nascem como uma cultura transgressora, que se apropria da tecnologia, código, instituições e circunstâncias para fins próprios, que possui, desde seu surgimento, um caráter *underground*, de contracultura. Como Lemos identifica, essa imprevisibilidade, esse *desvio* de estão incutidos na lógica da apropriação.

A apropriação é [...], ao mesmo tempo, forma de utilização, aprendizagem e domínio técnico, mas também relação uma forma de desvio (*deviance*) em relação às instruções de uso, um espaço completado pelo usuário na lacuna não programada pelo produtor/inventor, ou mesmo pelas finalidades previstas inicialmente pelas instituições (LEMOS, 2004).

Fenômenos de apropriação, é claro, vão muito além dos jogos. Certeau (1986) muito bem identifica como o homem comum, através da poética, das artes do fazer, de táticas sub-reptícias e da criatividade, altera os códigos sociais, reconfigura as funções dos objetos e apropria-se do espaço e do discurso. Identifica também que essas astúcias deixam de ser mecanismos apenas de pequenos grupos e se tornam difundidas e entremeadas na sociedade.

A apropriação da maneira como identificada por Certeau, possui uma característica básica: é produto de uma marginalidade – ainda que uma “marginalidade de massa”.

A figura atual de uma marginalidade não é mais a de pequenos grupos, mas uma marginalidade de massa; atividade cultural dos não produtores de cultura, uma atividade não assinada, não legível, mas simbolizada, e que é a única possível a todos aqueles que no entanto pagam, comprando-os, os produtos-espetáculos onde se soletra uma economia produtivista. Ela se universaliza. Essa marginalidade se tornou a maioria silenciosa (CERTEAU, 2006).

Essa apropriação seria, assim, fruto da cultura submetida à lógica da economia da escassez: sem acesso aos meios de produção e distribuição, resta ao homem comum a astúcia, a apropriação (inclusive, como tática de resistência). Removidos os filtros impostos pela escassez, a apropriação transforma-se, expande-se.

Os computadores pessoais, bem como *tablets*, *smartphones* e também os consoles da 8ª geração, têm o potencial de transformar qualquer usuário em produtor, essas tecnologias democratizam os meios de produção. A internet, o armazenamento digital e as ferramentas de nuvem possibilitam que as criações desses novos produtores possam ser distribuídas de maneira imediata e persistente, e reduzem de forma significativa os custos das logísticas de distribuição anteriores, pois dispensam grandes torres particulares e especializadas de *broadcast*, bem como armazéns, espaços de prateleira e redes de transporte como caminhões, trens e navios. Sistemas de recomendação inteligente, curadoria on-line, distribuição viral,

motores de busca, filtros de conteúdo e a inteligência coletiva de milhões de usuários atuam fazendo a conexão entre o conteúdo produzido de forma descentralizada e seu público.

A esses três aspectos (a democratização dos meios de produção, a democratização dos meios de distribuição e as ferramentas de conexão entre oferta e demanda) Anderson (2006) chama de “as três forças da cauda longa”, e elas atuam como modificadoras da relação de nossa sociedade com a apropriação.

On-line e dotados de meios produtivos, os fãs possuem alcance e potencial produtivo vastamente superior aos das comunidades observadas por Certeau (2006). Apropriação deixa de ser questão de uma forma peculiar de se usar um texto, por exemplo, e torna-se a criação de um novo texto com notas do original. E se, em grande parte, a apropriação dos fãs ainda é uma disputa entre os interesses conflitantes de público e produtores, as forças da cauda longa funcionam de maneira a atenuar as diferenças de poder (e a distância) entre ambos.

É válido, aqui, lembrar a observação de Jenkins (1992) de que nem toda leitura e apropriação de leitura configuram resistência, e que, em termos de consumo cultural, costuma haver alguma identificação do público fã com a obra. Somada à visão de Anderson (2006) de que, sob a lógica da cauda longa, “há tantos produtos de nicho, que coletivamente eles compõem um mercado que rivaliza os hits” (tradução nossa)¹⁶, não surpreende que haja uma tendência, da indústria, de não só aceitar parte da produção dos jogadores, como também, em alguns momentos, facilitá-la e incentivá-la.

MOTIVOS E CARACTERÍSTICAS

Wertheim (2001), ao estudar os MUDs, declarou que eram “domínios surpreendentes de exploração psicossocial”, perspectiva corroborada por outros estudiosos como Young (1994) e Turkle (1984; 1995). A questão, entretanto, ultrapassa os limites dos MUDs, conforme observado em trabalhos anteriores:

Os jogos digitais podem funcionar como simulações especulativas de outros mundos, de nossas realidades e possibilidades sociais. São ferramentas de exploração do eu, de nossa sociedade, sociabilidade e dos laços que formamos. Estando conectados à nossa cultura contemporânea, podemos, através deles, aprender mais sobre o homem em si, bem como seu tempo (SOARES; PETRY L., 2014).

Afinal, o jogo digital é produto nosso e de nossa cultura (MANNOVICH, 2001) e, “como tudo que produzimos, é manifestação de nós mesmos, nossas ideias, pontos de vista políticos, experiências das quais estejamos conscientemente cientes ou não” (PETRY A.; PETRY L., 2012, tradução nossa)¹⁷.

16 “there are so many niche products that collectively they can comprise a market rivaling the hits”.

17 everything we produce is a manifestation of ourselves, our ideas, political views, experiences of which we are consciously aware or not”.

Enquanto que o conteúdo gerado por fãs pode não ser novidade, como bem observaram Jenkins (1992; 2006a; 2006b) e Taylor (2006), e as forças identificadas por Anderson (2006) ajudam a explicar as motivações técnicas que condicionam sua expansão em termos de quantidade, disponibilidade e facilidade, as motivações para o envolvimento dos jogadores com a produção de conteúdo relacionado aos jogos podem ser tão diversas quanto os jogadores em si, dentre elas acreditamos que existem alguns aspectos de relevância – o primeiro dos quais, tópico “a”), tratamos de maneira mais aprofundada em trabalho anterior (SOARES; PETRY L., 2016), com os outros quatro para receber tratamento similar em trabalhos futuros:

- a) A ligação emocional e mental entre o jogador e os jogos digitais e seus mundos, vista sob a perspectiva do objeto evocativo de Turkle (1984; 2007);
- b) o fazer, o processo de *poiésis*, como atividade prazerosa e de autoaperfeiçoamento, assim como a lógica do faça-você-mesmo (DIY¹⁸) presentes na cultura *maker* (HATCH; 2013; BLIKSTEIN; WORSLEY, 2016) e na figura do artesão, conforme descrita por Sennet (2008);
- c) a ânsia de conseguir destaque entre os pares, envolvendo o princípio agonístico de Huizinga (1938) e os *bragging rights*¹⁹ de Bartle (2003);
- d) a criação colaborativa, a geração de conteúdo em prol da comunidade, como podemos observar em Rheingold (1993) e Jenkins (1992; 2006b);
- e) a profissionalização do jogador, com o advento dos *eSports*²⁰ e *streamers* (KAYTOUE et al, 2012), bem como demais formas de produção visando remuneração, como já observado por Castronova (2005).

Vale destacar também que a própria produção dos jogadores é múltipla, resulta em tipos de conteúdos distintos, onde o “conteúdo direto” é apenas o mais óbvio, pois concerne o desenvolvimento de material interno ao jogo, como modificações ao software e novas fases. Esse tipo de conteúdo podemos ver em Team Fortress 2 (para PC), onde itens desenvolvidos pelos jogadores tornam-se parte integral do jogo; em Super Mario Maker (para Wii U), cujo cerne do jogo consiste em fornecer aos jogadores ferramentas para construção de fases e também jogar aquelas construídas pelos outros membros da comunidade; em Counter-Strike ou DOTA (ambos para PC), onde os próprios jogos nasceram como criações das comunidades, antes de se tornarem, por si só, em jogos distintos.

18 De “do-it-yourself”, falaremos mais sobre o assunto posteriormente.

19 “Direito de contar vantagem”, falaremos mais sobre o assunto posteriormente.

20 Esportes eletrônicos. Os *eSports* consistem de eventos competitivos de certos jogos digitais. Assim como os esportes tradicionais, podem ser disputados individualmente ou em equipe, a depender da natureza do jogo em questão. Os *eSports* geraram uma *cena* ao redor, com comunidades atreladas e um ecossistema de fãs, torcedores, comentaristas, juízes e mesmo patrocinadores.

Outro grande tipo de conteúdo é o das externalidades midiáticas, que ao contrário do conteúdo direto, não são embutidas na própria mídia do jogo, mas sim mídias a ele vinculadas. Como exemplo deste tipo de conteúdo podemos citar os jornais de mundos virtuais, como EVE TV e City Scoop, que tratavam, respectivamente, dos jogos EVE Online e City of Heroes e foram mais detalhadamente investigados por Soares (2009). Dentre uma profusão de outras externalidades midiáticas, podemos também mencionar quando a comunidade envolvida ao redor do fenômeno Twitch Plays Pokémon²¹ decidiu criar um álbum musical em ode ao “Deus Helix” ou os vídeos de *let’s play*, onde um jogador grava (ou faz *streaming* de) sua experiência de *gameplay* em vídeo e a distribui em canais como YouTube ou Twitch.

Há também formas mais indiretas de atuação da comunidade de jogadores, mas com influência perceptível na indústria dos jogos, por exemplo o financiamento coletivo de jogos; a criação de uma religião em torno do Twitch Plays Pokémon ou mesmo a atuação das comunidades em betas abertos²².

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após três gerações mostrando variações mínimas do mesmo controle na linha Playstation, o controle Dual Shock 4 do console caseiro de 8ª geração da Sony, vem carregado de simbolismo com seu botão de *share*, dedicado ao compartilhamento de vídeo pelos jogadores. Devemos tomar tal simbolismo sob a luz das declarações de Gabe Newell (co-fundador e diretor da Valve. Cf. nota 5) que, em momentos distintos de 2012, se mostram de particular relevância para o tema:

[...] o que nós [da Valve] estamos interessados é em agrupar uma plataforma onde as ações das pessoas criem valor para as outras pessoas quando elas jogam [...] então a linha entre o jogador e o criador de conteúdo é enevoada (DURYEE, 2012, tradução nossa)²³.

A direção que estamos seguindo agora, não apenas a Valve, mas todo mundo... uma coisa que vocês podem não saber é que a comunidade gera cerca de 10 vezes mais conteúdo para TF2 [Team Fortress 2] que a Valve. Mesmo que isso tudo ainda esteja em um nível bem primitivo, minha expectativa é de que todos os jogos serão basicamente sobre criar uma base onde a comunidade de participantes construa sobre (CHIAPPINI, 2012, tradução nossa)²⁴.

21 Para um maior detalhamento do fenômeno, Cf. Amaro e Freitas (2015).

22 Por “beta aberto” referimo-nos à prática de disponibilizar que os jogadores participem, sem restrições de acesso, dos testes de um jogo (“em beta).

23 “[...] what we [from Valve] are interested in is bringing together a platform where people’s actions create value for other people when they play [...] so the line between content player and creator is really fuzzy.

24 “The direction we’re heading in now, not just Valve, but everybody... one thing you guys may not know is that the community generates about 10 times as much content for TF2 as Valve does. Even though that’s all in pretty primitive stage still, my expectation is that all games will basically be about creating a framework for the community participants to build on top of it”.

As declarações de Newell se inserem no exato período de transição da 7ª para a 8ª geração de consoles²⁵, um momento onde também começa a se perceber diversas iniciativas no Steam voltadas à maior participação dos jogadores na produção de conteúdo para os jogos e também no próprio funcionamento da ferramenta. São, assim como o controle do Playstation 4, uma declaração da indústria em relação à importância do conteúdo produzido pelas comunidades de jogadores.

Essas relações não são, é claro, não são desprovidas de tensão. As disputas entre os desejos dos jogadores e dos criadores originais constituem terreno fértil para discussões sobre propriedade e mesmo reiterações da questão de “a quem pertence o jogo” (KOSTER, 2000; BARTLE, 2003; TAYLOR, 2002; LUDLOW; WALLACE, 2007). Porém, com a aproximação entre esses agentes, levam-nos a ponderar: o que acontece com as dinâmicas de apropriação em um contexto onde elas podem não apenas não serem mais imprevistas, serem autorizadas, como até mesmo desejadas?

É notório que os jogos digitais constituem fenômeno complexo, e acreditamos que, mais do que em qualquer outro momento de sua história, é de relevância observar as dinâmicas de interação entre os jogadores e a indústria dos *games*, a relação dos jogadores com o conteúdo original de jogo e aquele desenvolvido por fãs, as características do conteúdo produzido, e também como os jogos (bem como a própria cultura dos jogos) interagem com essas novas forças e possibilidades.

Por último, frisamos que esta investigação sobre o tema não se encerra aqui: este artigo não se pretende a compreender o tema em toda sua dimensão, mas sim destacar a relevância da questão; ele constitui parte de uma investigação em andamento que já rendeu frutos anteriores (SOARES, 2009; 2013; SOARES; PETRY, L, 2014; 2016) e que demanda aprofundamento futuro.

25 Sendo proferidas após o lançamento dos portáteis Nintendo 3DS e Playstation Vita e antecedendo os “consoles domésticos” Wii U, Playstation 4 e Xbox One.

REFERÊNCIAS

- AMARO, M.; FREITAS, C. Pokémon, gotta catch them all: comunidade, jogo e memória. In: *Anais do 10º Encontro Nacional de História da Mídia*, 3-5 jun. 2015. Porto Alegre. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/100-encontro-2015/historia-da-midia-digital/pokemon-gotta-catch-themall-comunidade-jogo-e-memoria>>. Acesso em: 18 mar. 2017
- ANDERSON, C. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BARRIVIERA, A. *Poética de Aristóteles*: tradução e notas. 2006. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.
- BARTLE, R. *Designing virtual worlds*. Berkeley: New Riders, 2003
- BLIKSTEIN, P. WORSLEY, M. Children are not hackers: building a culture of powerful ideas, deep learning, and equity in the Maker Movement. In: PEPPLER, K.; HALVERSON, E.; KAFAL, Y.B. (Ed.). *Makeology: makerspacers as learning enviroments*. Londres: Routledge, 2016.
- BROOKHAVEN, National Laboratory. *The first video game*. [entre 1993 e 2008]. Disponível em: <<http://www.bnl.gov/bnlweb/history/higinbotham.asp>>. Acesso em: 23 ago. 2016.
- CASTRONOVA, E. *Synthetic worlds: the business and culture of online games*. Chicago: University of Chicago, 2005.
- CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1988.
- CHIAPPINI, D. Valve working on a new source engine. *Gamespot*, 11 nov. 2012. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20130107071532/http://www.gamespot.com/news/valve-working-on-new-source-engine-6399853>>. Acesso em: 29 set. 2016.
- DURYEE, T. Valve's Gabe Newell on the future of games, wearable computers, windows 8 and more. *All Things D*, 25 jul. 2012. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20131121223929/http://allthingsd.com/20120725/valves-gabe-newell-on-the-future-of-games-wearable-computers-windows-8-and-more>>. Acesso em: 26 set. 2016.
- HATCH, M. *The maker movement manifesto: rules for innovation in the new world of crafters, hackers, and tinkerers*. Nova York: McGraw-Hill, 2013.
- HARRISON JR; J.O. *Computer-aided information systems for gaming*. McLean: Research Analysis Corporation, 1964. Disponível em: <<http://www.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/623091.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2016.
- HUIZINGA, J. *Homo ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 1938 (impressão em 2007).
- JENKINS, H. *Textual poachers: television fans and participatory culture*. Nova York: Routledge, 1992.
- JENKINS, H. *Convergence culture: where old and new media collide*. Nova York: New York University Press, 2006a.
- JENKINS, H. *Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture*. Nova York: New York University, 2006b.
- JOHNSON, S. *Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

- JUUL, J. *Half-real: video games between real rules and fictional worlds*. Cambridge: The MIT Press, 2005.
- KAYTOUE, M. et al. Watch me playing, i am a professional: a first study on video game live streaming. In: *Companion Proceedings of the 21st International Conference on World Wide Web*, 16-20 abr. 2012. Lyon. P. 1181-1188. Disponível em: <<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2188259>>. Acesso em: 15 nov. 2016.
- KENT, S. *The ultimate history of video games: from Pong to Pokémon – the story behind the craze that touched our lives and changed the world*. Nova York: Three Rivers Press, 2001.
- KOSTER, Raph. *Declaring the rights of players*. 2000. Disponível em: <<http://www.raphkoster.com/gaming/playerrights.shtml>>. Acesso em: 15 mar. 2017.
- LAUREL, B. *Computers as theatre*. Boston: Addison-Wesley, 1991.
- LEMONS, A. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- LUDLOW, P.; WALLACE, M. *The Second Life Herald: the virtual tabloid that witnessed the dawn of the metaverse*. Cambridge: MIT Press, 2007.
- MANNOVICH, L. *The language of new media*. Cambridge: MIT Press, 2001.
- MURRAY, J. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Unesp, 2003.
- MURRAY, J. *Inventing de medium: principles of interaction design as a cultural practice*. Cambridge: The MIT Press, 2012.
- FLEURY, A.; SAKUDA, L.O; CORDEIRO, J.H.D. (Coord.). *1º Censo da indústria brasileira de jogos digitais, com vocabulário técnico sobre a IBJD*. São Paulo: BNDES, 2014.
- PETRY, A.S.; Petry, L. C. Possibilities of encounter between psychoanalysis and videogames: thinking with Freud and Lacan. In: *Proceedings of XII Brazilian Symposium on Computer Games and Digital Entertainment*, 2012, Brasília. Disponível em: <http://sbgames.org/sbgames2012/proceedings/papers/cultura/C_F2.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2013.
- PETRY, L.C. Ontologia dos metaversos e games. In: CULLETON, A.; STRECK, L.L.; REIS, R.R. (Org.). *Festschrift: um tributo a Ernildo Stein*. São Leopoldo: UNISINOS, 2016. p. 271-291.
- RHEINGOLD, H. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Nova York: Perennial, 1993. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book/>>. Acesso em: 14 nov. 2016. Acesso em: 18 nov. 2016.
- SOARES, N.V. *Mundos virtuais e externalidades midiáticas: as possibilidades de práticas do jornalismo nos jogos on-line*. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife.
- SOARES, N.V. Institucionalizando a apropriação: produção participatória nos jogos digitais. In: *Anais do XII Seminário Internacional da Comunicação*, 5-7 nov. 2013. Porto Alegre. Disponível em: <https://www.academia.edu/8304068/Institucionalizando_a_apropriacao_producao_participatoria_nos_jogos_digitais_resumo_expandido_>. Acesso em: 14 mar. 2017.
- SOARES, N. V.; PETRY, L. The Last of Us e as Características Sócio-Culturais de seu Mundo. In: *Anais do VIII Simpósio Nacional da ABCiber*, 3-5 dez. 2014. São Paulo. Disponível em: <http://www.abciber.org.br/simpósio2014/anais/GTs/nilson_valdevino_soares_197.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2017.
- SOARES, N. V.; PETRY, L. Jogos Evocativos: o conceito de objeto evocativo de Turkle e os jogos digitais. In: *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 5-9 set, 2016. São

Paulo. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/RII-1216-1.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2017.

SENNET, R. *The craftsman*. Londres: Penguin Books, 2008.

TAYLOR, T.L. "Whose game is this anyway?": negotiating corporate ownership in a virtual world. In: Proceedings of Computer Games and Digital Cultures Conference, 6-8 jun. 2002. Tampere. Disponível em: <<http://www.digra.org/digital-library/publications/whose-game-is-this-anyway-negotiating-corporate-ownership-in-a-virtual-world/>>. Acesso em: 19 mar. 2017.

TE, Z. Valve showing new virtual reality hardware at GDC: Steam gains 25 million new users in less than six months, now sits at 125 million. *Gamespot*, 26 fev. 2015. Disponível em: <<http://www.gamespot.com/articles/valve-showing-new-virtual-reality-hardware-at-gdc/1100-6425474/>>. Acesso em: 29 set. 2016.

TURKLE, S. *The second self: computers and the human spirit*. Nova York: Simon & Schuster, 1984.

TURKLE, S. *Life on the screen: identity in the age of the internet*. Nova York: Simon & Schuster, 1995.

WERTHEIM, Margaret. *Uma história do espaço: de Dante à internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

YOUNG, J. R. *Textuality in cyberspace: MUDs and written experience*. 1994. Disponível em: <<http://eserver.org/cyber/young2.txt>>. Acesso em: 10 out. 2015.