

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO, CULTURA E AMAZÔNIA
MESTRADO ACADÊMICO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Bruno Monte de Assis

Amazônia Virtual no game Brasil Ragnarök Online:
representações, construção e circulação de sentidos sobre a região

BELÉM - PARÁ
2015

Bruno Monte de Assis

Amazônia Virtual no game Brasil Ragnarök Online:
representações, construção e circulação de sentidos sobre a região

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação. Área de Concentração: Comunicação. Linha de Pesquisa: Estratégias de Comunicação Midiática na Amazônia.

Orientadora: Luciana Miranda Costa

BELÉM - PARÁ
2015

Bruno Monte de Assis

Amazônia Virtual em *Brasil Ragnarök Online*:
Representações, Construção e Circulação de Sentidos sobre a região

Dissertação apresentada à Universidade Federal do Pará, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, Mestrado em Ciências da Comunicação, para a Defesa de Dissertação.

Orientadora: Luciana Miranda Costa

RESULTADO: () APROVADO () REPROVADO

Data:

Prof(a) Dr(a) Luciana Miranda Costa

Prof. Dr. Cristiano Max Pereira Pinheiro

Prof(a) Dr(a) Elaide Martins da Cunha

BELÉM - PARÁ
2015

Dedico este trabalho à minha nova família, Ísis, Heitor e Ulisses, que com muito amor mantiveram-me firme para dar mais esse importante passo em minha vida.

AGRADECIMENTOS

Parafrazeando a Teoria Ator-Rede, de fato, somos todos “rede”, formados por inúmeras interações que, em movimento contínuo, influenciam desde sempre e diretamente nossa jornada na vida. Sendo assim, não poderia deixar de dizer que esse trabalho e o processo de aprendizado nesses dois anos de mestrado, foram construídos exatamente por essa “rede”, que conecta pessoas, subjetividades, sentimentos, ações, interações, objetos, lugares, tempos e inúmeros outros elementos, todos mediadores fundamentais nesse processo de aprendizado, que me possibilitaram chegar até o final do percurso. Portanto, apesar de necessitar de uma autoria, jamais poderia deixar de agradecer e lembrar todos que direta ou indiretamente fizeram parte da construção desse trabalho e, também, no meu amadurecimento como pesquisador e ser humano. Agradeço a todos que fazem parte da “rede” que me constitui.

Agradeço a Deus por me proporcionar a vida com seus inúmeros momentos felizes e proveitosos, mas também agradeço as situações difíceis que me foram colocadas, pois me fizeram crescer e aprender valiosas lições. Igualmente pelas pessoas maravilhosas que colocou em minha vida, sem as quais, meus objetivos, sonhos e momentos felizes jamais seriam alcançados e as dificuldades e tempos ruins jamais partilhados e superados. Agradeço igualmente à Nossa Senhora de Nazaré, que apesar de minha pouca fé e devoção, atendeu meu pedido e permitiu ao meu “pequeno guerreiro” Heitor reunir forças para lutar bravamente em todas as difíceis batalhas de sua ainda recente vida, desde os 18 dias de UTI após seu nascimento, até a sua luta diária em adaptar o seu “eu” no mundo em que vivemos.

Também agradeço à minha família, que esteve ao meu lado em todos os momentos, especialmente aos meus pais Orlando e Norma e minha irmã Brenda, por todo o apoio que me foi dado nesse percurso. Agradeço aos irmãos de coração Augusto, Daniel, João, Dell, Aída, Red e Vinicius, que também foram muito importantes, seja pela amizade, companheirismo, mas também pelas muitas horas de jogo e análises informais dos jogos.

De modo especial, agradeço à professora Luciana Miranda Costa, que orientou-me com seriedade, competência e ternura, incentivando e acreditando que seria possível chegar na reta final, mesmo em uma situação de grande adversidade. Serei sempre grato pelos ensinamentos que, apesar do pouco tempo, foram muitos e duradouros. Obrigado por toda a ajuda que me foi dada, mas, acima de tudo, por acreditar em mim e por me ajudar a colocar os pés no chão e seguir em frente.

Agradeço também à professora Jane Aparecida Marques, primeira orientadora durante o percurso do mestrado. Obrigado pelos ensinamentos, pelo convívio e importantes contribuições à pesquisa, na minha formação e maturidade acadêmica.

Aos amigos e companheiros de estudo do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia e da Faculdade de Comunicação, vocês foram muito importantes para a construção desse trabalho e da minha formação como pesquisador. Agradeço em especial à Evelyn, Thaís, Dani, Thiane, Weberson, Diogo, Tarcízio e aos alunos das turmas do estágio docência.

Gostaria de agradecer à coordenação, ao corpo docente e técnico e aos professores das disciplinas do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia por todo o auxílio e suporte ao longo desses dois anos. Também aos professores que fizeram parte desse processo e muito contribuíram ao meu trabalho. Um sincero agradecimento aos professores Adriano Duarte Rodrigues, Cristiano Pinheiro, Elaide Martins, Ivânia Neves, Tia Rosa e Tia Carmen.

Agradeço a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES), pelo apoio financeiro durante grande parte do tempo de mestrado, tão importante para a dedicação ao estudo, participação em eventos, produção científica e ao processo de pesquisa. Tal apoio proporcionou grande amadurecimento como pesquisador ao longo do percurso.

Por fim, gostaria de agradecer em especial à minha noiva Ísis de Mello Neto, pelo companheirismo, força, carinho e amor, tão importantes ao longo desses quase 6 anos. Obrigado por me fazer seguir em frente segurando a minha mão e por não me deixar desistir dos meus sonhos. Por acreditar em mim até quando nem eu mesmo acreditava e por abrir meus olhos para inúmeras oportunidades e para as coisas simples da vida. Obrigado por me acompanhar em tantas batalhas e dificuldades que a vida nos colocou, por compartilhar momentos felizes e por transformar minha vida. Agradeço também aos meus dois “moleques”, Heitor e Ulisses, que jamais me deixaram perder o foco da felicidade, que é o principal da vida. Vocês três são tudo para mim, obrigado.

Novamente, agradeço de coração a todos vocês (e aos que provavelmente possa ter esquecido) que fizeram e fazem parte dessa “rede”. Muito obrigado!

Queremos transcender o fenômeno comunicacional imediato e intuir o que o move. Mas o fenômeno é complexo e multifacetado demais para ser apreendido por um só olhar abrangente. O que fazemos todos é tentar ver o que está um pouco atrás de cada manifestação do fenômeno, perceber as lógicas próprias, específicas do episódio comunicacional ou conjunto de episódios - que vamos montando com base nas teorias disponíveis, nas ocorrências variadas, nas intuições da inteligência, nas pesquisas empíricas.

José Luiz Braga

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a presença de representações amazônicas em *Brasil Ragnarök Online (BRO)*, um jogo digital para milhares de participantes simultâneos. A investigação foi fundamentada em pesquisa documental e bibliográfica para embasar as discussões a respeito de processos de representação, construção e circulação de sentidos nos jogos, sobretudo em jogos digitais, além de apresentar brevemente o processo de transformação das capacidades representativas desses produtos midiáticos ao longo de sua história. Para a descrição e análise do objeto empírico, buscou-se a construção do *modelo analítico de representações nos jogos digitais*, embasado nas contribuições teóricas de Denise Jodelet (1989), Mikhail Bakhtin (1995), Stuart Hall (2003, 2005) e José Luiz Braga (2012) e nas propostas metodológicas direcionadas a jogos digitais de Ian Bogost (2007, 2008), Cristiano Pinheiro (2007) e Felipe Teixeira (2007), respectivamente, a *retórica processual*, o *modelo de jogo digital* e a *hermenêutica dinâmica*. Buscou-se, seguindo o modelo de análise proposto, realizar um levantamento dos jogos digitais que apresentaram representações da Amazônia em seu conteúdo para verificar aspectos relacionáveis às encontradas em *BRO*. Verificou-se que os sentidos construídos em *BRO* reforçam inúmeros estereótipos sobre a região amazônica, de modo a apresentar circularidades com os sentidos existentes nos jogos digitais descobertos no mapeamento. Apesar disso, acredita-se que os jogos digitais se configuram como uma mídia potencial para valorizar e debater acerca da região amazônica, evidenciando uma realidade que possibilita pesquisas futuras.

Palavras-chave: 1. Amazônia; 2. Jogos Digitais; 3. *Ragnarök Online*; 4. Representação; 5. Mundos virtuais.

ABSTRACT

The present study aims to analyze the presence of Amazonian representations in *Brasil Ragnarok Online (BRO)*, a digital game for thousands of simultaneous participants. The investigation was based on documents and literature to support the discussions of representation processes, construction and circulation of meanings in games, especially on digital games, and briefly introduces the transformation of representative capacities of these media products over its history. For the description and analysis of the empirical object, it was sought the construction of analytical model representations in digital games, based on theoretical contributions of Denise Jodelet (1989), Mikhail Bakhtin (1995), Stuart Hall (2003, 2005) and José Luiz Braga (2012) and in the methodological proposals directed to digital games of Ian Bogost (2007, 2008), Cristiano Pinheiro (2007) and Felipe Teixeira (2007), respectively, *procedural rhetoric*, *the digital game model* and *dynamic hermeneutics*. Following the proposed model of analysis, it was conducted a survey of digital games which submitted representations of Amazon in its contents to verify aspects relatable to those found in BRO. It was found that the meanings built in *BRO* reinforce numerous stereotypes about the Amazon region, in order to present similarities with the meanings contained in digital games discovered in mapping. Nevertheless, it is believed that digital games are configured as a potential media to value and debate about the Amazon region, showing a reality that enables forthcoming researches.

Keywords: 1. Amazon; 2. Digital Games; 3. *Ragnarök Online*; 4. Representation; 5. Virtual Worlds.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1 - Logotipo oficial da Copa Verde..... | 21 |
| Figura 2 - Mapa representativo da área denominada Amazônia Azul | 22 |
| Figura 3 - Amazônia em "Os Simpsons" | 23 |
| Figura 4 - Amazônia em "Rio 2" | 23 |
| Figura 5 - Inúmeros jogadores em uma cidade virtual de <i>Ragnarök Online</i> | 27 |
| Figura 6 - Grupo de jogadores caçando monstros em <i>Ragnarök Online</i> | 28 |
| Figura 7 - Site oficial da versão brasileira de <i>Ragnarök Online</i> | 29 |
| Figura 8 - Hot Site oficial de <i>Brasilis</i> | 30 |
| Figura 9 - Exemplos de itens adicionados ao jogo a partir do episódio <i>Brasilis</i> | 31 |
| Figura 10 - Pintura da Tumba da Rainha Nefertari do Egito (1295-1255 BC)..... | 36 |
| Figura 11 - <i>iDANCE2</i> : Jogo de dança para habilidades motoras e interação social | 38 |
| Figura 12 - Templo - O desafio Pequim | 38 |
| Figura 13 - Jogo <i>Spacewars!</i> | 40 |
| Figura 14 - Arcade do jogo <i>Computer Space</i> | 41 |
| Figura 15 - <i>Battlezone</i> | 42 |
| Figura 16 - <i>Doom</i> | 44 |
| Figura 17 - <i>Myst</i> | 45 |
| Figura 18 - <i>FIFA 2013</i> | 46 |
| Figura 19 - Jogo de boxe no <i>Nintendo Wii</i> | 47 |
| Figura 20 - <i>Pacman</i> para <i>Arcade</i> | 48 |
| Figura 21 - Imagem do jogo <i>Assassin's Creed III</i> | 48 |
| Figura 22 - O círculo mágico (adaptação) | 60 |
| Figura 23 - Dimensões de um jogo digital (PINHEIRO, 2007, p. 189) | 68 |
| Figura 24 - Modelo analítico de representações nos jogos digitais..... | 70 |
| Figura 25 - Hexágono para balanceamento dos atributos na tela de criação de personagem...81 | |
| Figura 26 - Classe <i>renegado</i> | 82 |
| Figura 27 - Ransur, personagem da classe <i>renegado</i> escolhido para imersão em <i>BRO</i> | 82 |
| Figura 28 - Mapa-mundi de <i>RO</i> | 83 |
| Figura 29 - Exemplo de diálogo através do <i>chat</i> geral..... | 85 |
| Figura 30 - <i>Emoticons</i> de <i>RO</i> | 86 |
| Figura 31 - Personagens com diferentes equipamentos de customização | 87 |
| Figura 32 - Esquema da inter-relação complexa entre as principais atividades em <i>BRO</i> | 90 |
| Figura 33 - <i>Dupla experiência</i> em <i>BRO</i> | 91 |
| Figura 34 - Oferta de <i>zenys</i> para todos os servidores de <i>BRO</i> | 93 |
| Figura 35 - Denúncia contra negociadores desonestos..... | 94 |
| Figura 36 - <i>Database</i> oficial de <i>BRO</i> | 95 |
| Figura 37 - Tutorial para realização da <i>quest</i> da classe <i>Sentinela</i> | 96 |
| Figura 38 - Vídeo pessoal acerca do personagem da classe <i>Shura</i> | 96 |
| Figura 39 - A experiência rizomática de jogo em <i>BRO</i> | 97 |
| Figura 40 - Hot site oficial do episódio <i>Brasilis</i> | 100 |
| Figura 41 - MAB - Museu de Arte de <i>Brasilis</i> | 102 |
| Figura 42 - Catedral de <i>Brasilis</i> | 102 |
| Figura 43 - Calçada de <i>Kotakahuana</i> | 102 |
| Figura 44 - Casas em estilo colonial..... | 103 |
| Figura 45 - Casas em estilo europeu..... | 103 |
| Figura 46 - Exemplos de novos itens adicionados a partir do lançamento do episódio <i>Brasilis</i> | 104 |
| Figura 47 - Monstros inspirados em lendas do folclore e fauna brasileiras | 104 |

| | |
|---|-----|
| Figura 48 - Mapa de Brasilis..... | 106 |
| Figura 49 - Casas em estilo colonial e estilos arquitetônicos de origem europeia..... | 107 |
| Figura 50 - Referência ao Pão de Açúcar | 107 |
| Figura 51 - Representação de um missionário ao lado da Catedral de Brasilis | 108 |
| Figura 52 - Diálogo com a NPC recepcionista da pousada | 109 |
| Figura 53 - NPC Anciã Jurema e NPC Kaká em um dos quartos da pousada..... | 110 |
| Figura 54 - NPC Jacira localizada em frente à Pousada..... | 110 |
| Figura 55 - NPC Pajé Anori localizado ao lado do Teleférico | 111 |
| Figura 56 - NPC Pajé Ubirajá | 111 |
| Figura 57 - Item <i>Chapéu de Mestre Arcano</i> | 112 |
| Figura 58 - Item <i>Chapéu de Bathory</i> | 112 |
| Figura 59 - Pajé Ubirajá executando um feitiço..... | 113 |
| Figura 60 - NPC Bióloga marinha Lúcia | 113 |
| Figura 61 - Imagem de <i>Brasilis</i> | 114 |
| Figura 62 - Cidade de <i>Einbroch</i> | 115 |
| Figura 63 - Cidade de <i>Aldebaram</i> | 115 |
| Figura 64 - Portal que leva à floresta..... | 117 |
| Figura 65 - Floresta de <i>Brasilis</i> | 118 |
| Figura 66 - Pontes de madeira na <i>Floresta de Brasilis</i> | 118 |
| Figura 67 - Palafitas em Afuá (MIRANDA, 2014, p. 46) | 119 |
| Figura 68 - Vitória-Régia em <i>Brasilis</i> | 119 |
| Figura 69 - Redes de pesca e cestas com peixe..... | 120 |
| Figura 70 - Canoas na margem do rio | 120 |
| Figura 71 - Vaso na varanda da casa de madeira | 121 |
| Figura 72 - Rede de dormir..... | 121 |
| Figura 73 - <i>Espírito do Ar</i> | 122 |
| Figura 74 - <i>Espírito da Terra</i> | 122 |
| Figura 75 - Tucano | 123 |
| Figura 76 - Onça-pintada | 123 |
| Figura 77 - <i>Curupira</i> | 124 |
| Figura 78 - Personagem petrificado pelo poder do <i>Curupira</i> | 124 |
| Figura 79 - <i>Mula Sem Cabeça</i> | 125 |
| Figura 80 - <i>Pesadelo</i> | 125 |
| Figura 81 - <i>Pesadelo Sombrio</i> | 125 |
| Figura 82 - Etapa da <i>quest</i> "A Loira do Banheiro" | 126 |
| Figura 83 - Caminho para a <i>Caverna das Cataratas</i> pelo esgoto | 127 |
| Figura 84 - Batalha contra o Espírito da Água..... | 127 |
| Figura 85 - Fuga do ataque de um grupo de Espíritos da Água..... | 128 |
| Figura 86 - Monstro Iara..... | 128 |
| Figura 87 - Vitória-Régia na <i>Caverna das Cataratas</i> | 129 |
| Figura 88 - <i>Boitatá</i> | 130 |
| Figura 89 - Anciã Jurema contando sobre a Lenda da Vitória-Régia | 131 |
| Figura 90 - Referência à cultura da narrativa oral..... | 132 |
| Figura 91 - Jaci com a Vitória-Régia | 132 |
| Figura 92 - <i>Flor de Vitória-Régia</i> | 133 |
| Figura 93 - <i>Chapéu de Vitória-Régia</i> | 133 |
| Figura 94 - Jaci falando sobre Jacira | 134 |
| Figura 95 - Botânica Carmen sobre a diversidade da flora em <i>Brasilis</i> | 134 |
| Figura 96 - <i>Máscara da Onça-Pintada</i> | 135 |
| Figura 97 - Personagem utilizando o <i>Chapéu do Boto Cor-de-Rosa</i> | 135 |

| | |
|---|-----|
| Figura 98 - Sobre a lenda da <i>Iara</i> | 136 |
| Figura 99 - NPC <i>Iara</i> aplicando o efeito do canto..... | 137 |
| Figura 100 - Bala de <i>Guaraná</i> | 138 |
| Figura 101 - Item <i>Açaí</i> | 139 |
| Figura 102 - Infográfico sobre as representações amazônicas nos jogos digitais | 141 |
| Figura 103 - Jogo " <i>Amazônia</i> " ou " <i>Aventuras na Selva</i> " | 142 |
| Figura 104 - Cor verde em <i>Marvel Super Heroes: War of the Gems</i> | 143 |
| Figura 105 - Cenário de <i>Rikuo</i> em <i>Darkstalkers: The Night Warriors</i> | 143 |
| Figura 106 - Cenário representativo da <i>Amazônia</i> em <i>TKOF' 94</i> | 143 |
| Figura 107 - <i>Claudia Silva</i> , personagem de <i>Knuckle Heads</i> em sua cena de finalização do jogo | 145 |
| Figura 108 - Personagem <i>Rikuo</i> da franquia <i>Darkstalkers</i> | 145 |
| Figura 109 - Personagem <i>Blanka</i> da franquia <i>Street Fighter</i> | 145 |
| Figura 110 - <i>Rila</i> , personagem do jogo <i>Breakers</i> | 146 |
| Figura 111 - <i>Lisa</i> , personagem do jogo <i>Kaiser Knuckle</i> | 146 |
| Figura 112 - <i>Golrio</i> , personagem do jogo <i>Fight Fever</i> | 147 |
| Figura 113 - Personagem indígena em <i>Baiuka</i> | 147 |
| Figura 114 - Representações da cultura marajoara em <i>Majora's Mask</i> | 147 |
| Figura 115 - Cenário de <i>Golrio</i> em <i>Fight Fever</i> | 148 |
| Figura 116 - Cenário de <i>Blanka</i> em <i>Street Fighter II: The World Warrior</i> | 148 |
| Figura 117 - <i>Skin Nami Iara</i> em <i>League of Legends</i> | 149 |
| Figura 118 - Página de criação de conta <i>Level Up!</i> | 167 |
| Figura 119 - Ícone para executar o jogo <i>Ragnarök Online</i> | 168 |
| Figura 120 - Programa de atualização do jogo | 168 |
| Figura 121 - Serviço cliente-servidor, adaptação do esquema de <i>Kolo e Baur (2004)</i> | 169 |
| Figura 122 - Tela de seleção de servidor em <i>BRO</i> | 170 |
| Figura 123 - Tela para digitar o <i>login</i> e <i>senha</i> de acesso..... | 170 |
| Figura 124 - Hexágono para balanceamento dos atributos na tela de criação de personagem | 171 |
| Figura 125 - Profissões de <i>BRO</i> | 172 |
| Figura 126 - Interface básica do jogo | 173 |
| Figura 127 - Interface modificada em relação ao formato padrão | 174 |
| Figura 128 - Janela de configurações externa ao jogo | 175 |
| Figura 129 - Janela de criação de <i>chat</i> | 176 |
| Figura 130 - Mapa-mundi de <i>Ragnarök Online</i> | 177 |
| Figura 131 - Centro de <i>Rachel</i> , capital de <i>Arunafeltz</i> | 178 |
| Figura 132 - Floresta de <i>Payon</i> | 179 |
| Figura 133 - <i>Dungeon Calabouço dos Orcs</i> | 179 |
| Figura 134 - Janela de atributos do personagem..... | 181 |
| Figura 135 - Sala de <i>quests</i> do <i>Grupo Éden</i> | 182 |
| Figura 136 - Caçando monstros | 183 |
| Figura 137 - Formação de grupos de jogadores | 185 |
| Figura 138 - Exemplo de batalha entre clãs em <i>BRO</i> | 186 |
| Figura 139 - Bandeiras com emblemas de <i>guilds</i> no centro de <i>Prontera</i> | 186 |
| Figura 140 - Exemplo de diálogo através do <i>chat</i> geral..... | 187 |
| Figura 141 - <i>Emoticons</i> | 188 |
| Figura 142 - <i>Dupla experiência</i> em <i>BRO</i> | 189 |
| Figura 143 - Janela de negociação ou <i>trade</i> | 190 |
| Figura 144 - Lojinhas dos mercadores em <i>Prontera</i> | 190 |
| Figura 145 - Anúncio na página do <i>Facebook</i> " <i>Servidor Asgard - BRO [Comércio]</i> " | 191 |

| | |
|---|-----|
| Figura 146 - Jogador oferecendo o serviço de Leech..... | 192 |
| Figura 147 - Tabela de vendas de milhões de <i>zenys</i> | 193 |
| Figura 148 - Oferta de <i>zenys</i> para todos os servidores de <i>BRO</i> | 193 |
| Figura 149 - <i>BOTs</i> no <i>Calabouço dos Orcs</i> | 195 |
| Figura 150 - <i>Database</i> oficial de <i>BRO</i> | 196 |
| Figura 151 - Tutorial para a realização da <i>quest</i> da classe Sentinela..... | 197 |
| Figura 152 - Tópico de discussão acerca de <i>builds</i> para a classe <i>Arcebispo</i> | 198 |
| Figura 153 - Portais para acessar outros locais..... | 199 |
| Figura 154 - Barqueiro em <i>Alberta</i> | 199 |
| Figura 155 - Mapa de <i>Brasilis</i> | 200 |
| Figura 156 - Quadro "A estudante" na parte interna do MAB..... | 200 |
| Figura 157 - Monumento às Expedições no centro de <i>Brasilis</i> | 201 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|------------|
| Tabela 1 – Definições de jogo | 60 |
| QUADRO 1 – Lista dos jogos digitais encontrados no mapeamento | 139 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APAC *Asia – Pacific*

-

BNDES Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

-

BOT *Robot*

-

BRO *Brasil Ragnarök Online*

-

CBF Confederação Brasileira de Futebol

-

EULA *End-User License Agreement*

-

FPS *First Player Shooter*

-

GM *Game Master*

-

HP *Health Points*

-

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

-

KS *Kill Stealing*

-

MAB Museu de Arte de *Brasilis*

-

MASP Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand

-

MMO *Massively Multiplayer Online*

-

MMOG *Massively Multiplayer Online Game*

-

MMOFPS *Massively Multiplayer Online First Player Shooter*

-

MMORPG *Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*
-
MMORTS *Massively Multiplayer Online Real Time Strategy*
-
MMOTBS *Massively Multiplayer Online Turn-Based Strategy*
-
MOBA *Multiplayer Online Battle Arena*
-
MOD *Modificação ou Modification*
-
MVP *Monster VS. Player*
-
NPC *Non-Player Character*
-
OH *One Hit*
-
PC *Personal Computer*
-
PT *Party*
-
PVP *Player VS. Player*
-
RC *RaidCall*
-
RO *Ragnarök Online*
-
ROPS *Ragnarök Online Points*
-
RPG *Role-Playing Game*
-
RTS *Real Time Strategy*
-
SP *Skill Points*
-

TKOF 94 *The King of Fighters 94*

-

TS *Team Speak*

-

XP Experiência

-

ZEE Zona Econômica Exclusiva

-

SUMÁRIO

| | |
|---|-----|
| INTRODUÇÃO | 19 |
| CAPÍTULO 1 – AS REPRESENTAÇÕES NOS JOGOS DIGITAIS | 35 |
| 1.1 O desenvolvimento do jogo digital como mídia | 40 |
| 1.2 Representação e construção de sentidos | 50 |
| 1.3 As representações midiáticas | 54 |
| 1.4 Representação nos Jogos | 58 |
| 1.5 Propostas metodológicas para análise de representações nos <i>games</i> | 65 |
| 1.6 Fechando o foco: proposta de um modelo de análise | 69 |
| CAPÍTULO 2 - <i>BRASIL RAGNARÖK ONLINE</i> | 72 |
| 2.1 Procedimentos iniciais de acesso ao <i>game BRO</i> | 78 |
| 2.2 A imersão virtual | 80 |
| 2.3 Dinâmicas comunicacionais em <i>BRO</i> | 84 |
| 2.4 A rede complexa de <i>BRO</i> | 91 |
| CAPÍTULO 3 - AMAZÔNIA VIRTUAL EM <i>BRASIL RAGNARÖK ONLINE</i> | 98 |
| 3.1 Um convite à descoberta de um paraíso perdido | 99 |
| 3.2 Rumo à <i>Brasilis</i> , a “ilha desconhecida” | 106 |
| 3.3 Interação com as representações Amazônicas em <i>Brasilis</i> | 116 |
| 3.3.1 Representação da Floresta Amazônica e a batalha contra as lendas | 117 |
| 3.3.2 No fundo do rio habitam outras lendas | 125 |
| 3.3.3 Em busca do “Chapéu de Vitória-Régia” | 130 |
| 3.3.4 “O canto da Iara” | 135 |
| 3.3.5 Bala de Guaraná | 137 |
| 3.4 Circulação de sentidos sobre Amazônia nos <i>games</i> | 139 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 151 |
| REFERÊNCIAS | 155 |
| REFERÊNCIAS DE JOGOS | 165 |
| APÊNDICE | 167 |
| ANEXOS | 202 |

INTRODUÇÃO

“Amazônias”: construção e reiteração de sentidos sobre a região

Historicamente, a região Amazônica possui grande relevância cultural, estratégica, política e, principalmente, econômica. Isto se mostrou desde os séculos XVI e XVII quando, no período colonial do Brasil, a região era vulnerável em relação a ações de invasão estrangeira pela foz do rio Amazonas e pela sua insubordinação em relação ao Brasil, mantendo relações políticas diretas com Portugal (LOUREIRO, 2001). Desde esse período, como afirma Neves (2010, p. 2), inúmeros interesses resultaram em práticas coloniais sobre diversas regiões, sobretudo na Amazônia.

Os Estados europeus, com seus exércitos e seus anseios de se tornarem impérios, as grandes empresas, que começavam a surgir e abrir novas frentes de exploração econômica e a Igreja católica, com o objetivo de aumentar o rebanho de Deus, são alguns dos mais visíveis fatores que impulsionaram as práticas coloniais.

Devido a isso, ao longo de sua história, a Amazônia foi marcada por fatores como o extrativismo da floresta, exploração de recursos naturais, apropriação de regiões estratégicas do ponto de vista político e econômico, queimadas, grilagem de terras, processos de desterritorialização, violência contra a região e contra os povos que ali habitavam e os que ainda a habitam (RIBEIRO, 1995; LOUREIRO, 2001). Essas ações perduraram durante séculos e, face ao tempo, tomaram outras proporções, significados e objetivos, comprometendo a formação cultural brasileira e as práticas de convívio com aquele local (RIBEIRO, 1995; LOUREIRO, 2001).

Cunha *et al* (2008) enumeram ações como a mineração, monoculturas, desmatamento, exploração madeireira, construção de grandes projetos, complexos hidrelétricos e migrações forçadas dos sujeitos que vivem na Amazônia, como principais movimentos que resultam em consequências devastadoras para a região e que seguem a mesma lógica de exploração da ação de colonização.

Essas ações eram, e são até hoje, justificadas por inúmeras “estratégias de dominação” (NEVES, 2010, p. 2), reforçadas por sentidos construídos sobre a região amazônica e sobre os povos que ali vivem, principalmente, os indígenas. Tais sentidos, segundo a autora, reverberam até hoje na sociedade a partir de antigas narrativas que se alimentam de novas formas de representação (principalmente através das mídias), pela própria educação e pela precariedade das políticas públicas, resultando, assim, na institucionalização gradativa desses

sentidos sobre a Amazônia, configurando-se em verdadeiras “violências discursivas” (NEVES, 2010). Para Dutra (2009), os sentidos que reverberam sobre a região pouco se modificaram com o passar do tempo, mas são apresentados de maneira mais sedutora ou de acordo com a necessidade contemporânea. O autor (2009, p. 27) explica a questão ao analisar programas de TV que representam a região amazônica a partir de sentidos previamente estabelecidos na sociedade.

[...] não significa novidade em si, pois, como qualquer texto, os da mídia se constroem sobre arcabouços sócio-históricos pré-existentes. Os programas aqui analisados trazem essa mesma característica, ou seja, a de não inovarem propriamente conteúdos, mas de os apresentarem sob formas tecnologicamente atualizadas, sedutoras.

A respeito das temáticas frequentemente observadas nas mídias, estão presentes a lógica do processo de colonização, em que se atrela às representações da Amazônia como um local de vazio demográfico, ambiente de descoberta e exploração, de grande diversidade de riquezas naturais que necessitam de preservação, além da construção da identidade indígena como selvagem e um reforço do imaginário fantástico acerca da região (COSTA, 2006; DUTRA, 2009; NEVES, 2010; SEIXAS, 2010).

Para citar exemplos, Amaral Filho (2011) realizou reflexões sobre diferentes elementos simbólicos que constituem uma espécie de marca da região amazônica, carregada de sentidos que circulam na sociedade através de diversos produtos midiáticos. O principal ponto destacado pelo autor é a cor verde, elemento predominante na estética das representações da região, que fazem referência direta à floresta, reforçando o imaginário que se tem de um local repleto de riquezas naturais.

[...] há o predomínio do verde como expressão dessa integração com o signo que representa a região. O ponto de convergência nessa formulação se dirige para a visualização produzida em torno de um nome, cuja imagem está amplamente enraizada no imaginário coletivo que é a Amazônia (AMARAL FILHO, 2011, p. 83).

A questão da alusão à cor verde citada pelo autor, de fato, é bastante comum. Um exemplo atual foi o torneio de futebol profissional organizado pela CBF¹, realizado em 2014, na região norte, intitulado “Copa Verde” (figura 1). O campeonato parece ser uma referência direta a antiga “Copa Norte”, que fora realizada pela última vez em 2002. Entretanto, no ano de 2014, ano em que foi disputada a copa do mundo no Brasil e uma reedição da “Copa Nordeste”, decidiu-se por organizar um novo torneio para a região norte, dessa vez como

¹ Confederação Brasileira de Futebol - <http://www.cbf.com.br/>

“Copa Verde”, fazendo uma menção direta à floresta amazônica. No logotipo oficial, observam-se elementos gráficos em formatos de folhas e polígonos com a cor verde.



Figura 1 - Logotipo oficial da Copa Verde

Fonte: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/8/88/Copa_Verde.jpg

Para Bueno (2008), a simples enunciação do termo *Amazônia* evoca uma gama de sentidos sobre a região que é construída e partilhada socialmente. Para esclarecer a questão, há o exemplo da referência direta às riquezas da Amazônia no conceito “Amazônia azul” (figura 2), que se refere à área marítima de 4,4 milhões de quilômetros quadrados da costa brasileira, sob jurisdição do governo brasileiro (TORRES; FERREIRA, 2005). Segundo Wiesebron (2013), o conceito foi criado para fazer referência às inúmeras riquezas imersas na região.

Na figura 2, a região em um tom de azul mais claro é a área delimitada como Zona Econômica Exclusiva (ZEE), separando o território de águas nacionais de águas internacionais. Com uma extensão de 200 milhas em relação à costa brasileira, essa área é conhecida como “Amazônia Azul”, com grande diversidade de riquezas inexploradas que necessitam de proteção. O discurso em relação a esta região faz referência direta à preservação da Amazônia, pois, há operações da marinha brasileira nesta área com enfoque prioritário na proteção de seus recursos (TORRES; FERREIRA, 2005). Trata-se de um exemplo claro de como os sentidos sobre a Amazônia se reverberam e tomam diferentes proporções.



Figura 2 - Mapa representativo da área denominada Amazônia Azul
 Fonte: http://diariodopresal.files.wordpress.com/2010/02/amazonia_azul.jpg

Esse exemplo também faz referência direta à política de preservação da Amazônia, que, a partir do final do século XX e início do século XXI, instaurou a discussão acerca da biodiversidade da região que necessitava ser preservada e, portanto, dando início a “um novo ciclo econômico baseado no comércio de serviços ambientais da Amazônia” (COSTA, 2006, p. 103), no qual se propagava o discurso da preservação dos bens naturais da região para favorecer ações de exploração e controle da região.

Outro exemplo é a referência à Amazônia no episódio “*You Don't Have to Live Like a Referee*”, em português, “Você Não Precisa Viver Como um Árbitro”, da série *Os Simpsons (The Simpsons)*². Nesse capítulo da série, Homer Simpson visita o Brasil e se torna árbitro de futebol na copa do mundo de 2014. Na parte final do episódio, Homer e sua família visitam a Amazônia (figura 3) e apesar de reforçar um estereótipo da região, o episódio realiza inúmeras críticas sobre questões relevantes como o desmatamento, a captura de animais e, principalmente, ao próprio estereótipo da floresta, dos rios e de um local selvagem: em uma de suas falas, a personagem Liza Simpson, ao observar a região enquanto navega em um barco, explica que o local é exatamente igual às imagens que viu na internet, apontando para a circulação desse retrato fechado acerca da região.

² Episódio disponível em: <http://mais.uol.com.br/view/vtzludptk2f8/os-simpsons-25--temporada-episodio-16--ingles-legendado-04020C18336EDCC94326?types=A>.



Figura 3 - Amazônia em "Os Simpsons"

Fonte: <http://mais.uol.com.br/view/vtzludptk2f8/os-simpsons-25--temporada-episodio-16--ingles-legendado-04020C18336EDCC94326?types=A>

Outro caso recente foi a extensa representação da Amazônia no filme de animação “Rio 2”³ (figura 4), no qual a Arara Azul conhecida por *Blu*, protagonista do filme, viaja com sua família e amigos para a Amazônia em busca de um local natural para viver. No local, *Blu* encontra outros sobreviventes da sua espécie em extinção. Assim como o episódio da série *Os Simpsons*, o filme também retrata a Amazônia através de imagens de elementos naturais, de animais, da figura do indígena representada pelas aves (no filme, as aves possuem diferentes tribos, rituais, pinturas), do conflito entre uma vida urbana e uma vida “selvagem” e também oferece a temática da preservação da floresta amazônica, no qual o desmatamento da região é abordado através da narrativa.



Figura 4 - Amazônia em "Rio 2"

³ Sequência do filme *Rio*, lançado em 2011, *Rio 2* foi produzido pela *Blue Sky Studios* e lançado em 2014. O principal nome a frente do filme é o diretor brasileiro Carlos Saldanha.

Fonte: <http://portal.julund.com.br/wp-content/uploads/2013/10/rio2.jpg>

Os exemplos citados, dentre muitos outros, são reflexos dos sentidos circulantes sobre a Amazônia, construídos e institucionalizados na sociedade. As mídias são protagonistas nesse processo, fazendo circular os significados nos mais variados formatos, realizando a manutenção dos sentidos sobre a região de forma a corroborar a construção de inúmeras novas representações, de maneira predominantemente estereotípica⁴ (COSTA, 2006; DUTRA, 2009; NEVES, 2010; SEIXAS, 2010).

Se no passado os sentidos se propagavam através de “Crônicas, relatos de viagens, relatórios de expedições, contos, romances e reportagens, além da cartografia, da iconografia e mesmo da filmografia [...]” (BUENO, 2008, p. 78), na contemporaneidade, se percebe diferentes formatos, sejam através de quadrinhos (ALMEIDA, 2007), cartilhas, panfletos, programas de rádio e jornais (COSTA, 2006), em programas e séries de grandes emissoras de TV aberta (DUTRA, 2009), em *web sites* e portais na internet (SEIXAS, 2010) e em *videogames* (SANTOS, 2011).

Seixas (2010) nota que há, de fato, matrizes de sentidos que, referentes ao período de colonização, constituem o cerne dos discursos contemporâneos sobre a região. Os significados historicamente construídos sobre a Amazônia mostram-se mais claramente visíveis através de representações midiáticas e essa questão é problemática, pois como aponta Seixas (2010, p. 61):

Em tais produções de sentido se pode observar, por exemplo, a caracterização da cultura e os movimentos de atribuição de identidades, que podem envolver interesses e olhares distintos, dependendo do ponto de vista adotado (se de dentro ou de fora da região, a favor de determinados tipos de exploração ou de valorização, entre outros aspectos também importantes).

O problema se configura exatamente na circulação dessas representações midiáticas que atribuem sentidos à região amazônica e essas, como resultado, “fazem parte, redundam, possibilitam e justificam as decisões políticas, econômicas e artísticas, num círculo constante” (SEIXAS, 2010, p. 61), além de reverberar por diferentes esferas da sociedade com suas respectivas consequências. Pode-se dizer que boa parte do que se conhece por Amazônia está diretamente relacionada às representações criadas para a região. E mesmo que se saiba muito

⁴ “Pode-se definir estereótipo como sendo generalizações, ou pressupostos, que as pessoas fazem sobre as características ou comportamentos de grupos sociais específicos ou tipos de indivíduos. O estereótipo é geralmente imposto, segundo as características externas, tais como a aparência (cabelos, olhos, pele), roupas, condição financeira, comportamentos, cultura, sexualidade, sendo estas classificações (rotulagens) nem sempre positivas que podem muitas vezes causar certos impactos negativos nas pessoas”. Disponível em <http://www.infoescola.com/sociologia/estereotipo/>. Acesso em 27/01/2015.

sobre a mesma ainda será pouco comparado à complexa realidade multifacetada do local (NEVES; MIRANDA, 2013).

O espaço Amazônia tem como principal característica o seu caráter híbrido, com intensas variações climáticas, biomas, planícies, bacias hidrográficas e relevos, fauna e flora diversas (NEVES; MIRANDA, 2013), assim como apresenta inúmeras diferenças naturais, sociais, étnicas e culturais, como evidenciam Monteiro e Colferai (2011):

As diferenças culturais, as imensas distâncias e o meio ambiente são elementos fundamentais a serem considerados quando pensamos a comunicação na Amazônia. O espaço social amazônico é formado tanto por cidades cosmopolitas densamente povoadas, como Manaus e Belém, como por pequenos grupos indígenas ou quilombolas, que se espalham desde o alto rio Negro até o vale do rio Guaporé. As distâncias ainda são medidas em dias pelos rios da região ou em longas horas de voo – ainda são poucas as estradas –, e elas parecem intermináveis. O meio ambiente amazônico, dominado pela floresta tropical, apresenta-se tão exuberante quanto heterogêneo, desde os mangues no litoral do oceano Atlântico, passando pelos cerrados ao sul da região até as diferentes matas nas calhas dos grandes rios.

A interação com a tecnologia e a construção de novos sentidos sobre a região

Em se tratando de Amazônia, portanto, é importante considerar uma complexa ecologia entre humanos e não humanos (LEMOS, 2013) existentes na região, além das múltiplas identidades dos sujeitos que ali habitam e que se entrelaçam constantemente em inúmeros processos de identificação (CASTRO, 2010), formando complexos híbridos culturais. Enquanto muitas representações midiáticas oferecem imagens estereotípicas da região (como nos exemplos apresentados anteriormente), esta se apresenta num movimento ininterrupto de transformação, num processo complexo de interação e interdependência entre *sujeitos-natureza-objetos técnicos*⁵, no qual cada parte atua como mediadora⁶ de igual relevância na existência da outra, caracterizando a Amazônia como um local árduo de se delimitar, com inúmeros elementos que ora se mostram explícitos ao olhar, ora estão invisíveis, configurando-se como uma verdadeira *caixa-preta* a ser aberta (LEMOS, 2013). Ou como propõe Ribeiro (1995, p. 336) acerca da Amazônia: “[...] o maior desafio que o Brasil já enfrentou”.

Para citar um exemplo claro da relação citada acima, têm-se a constante chuva da tarde na cidade de Belém, que atua como mediadora da existência dos indivíduos na cidade,

⁵Por objetos técnicos entendem-se tanto as novas tecnologias de comunicação comuns na contemporaneidade (tecnologias móveis com acesso à internet ou computadores), mas também, todos os objetos que atuam como mediadores da existência humana, frutos de diferentes usos e apropriações dos sujeitos, que podem ser desde uma tábua de madeira utilizada para construir palafitas ou até um veículo automotivo. Usos e apropriações seguem uma lógica específica, de acordo com a realidade de cada local, de modo que os sujeitos fazem uso dos objetos com gradações distintas de região para região.

⁶Segundo Hollanda e Lemos (2013, p. 9), para a teoria ator-rede “[...] o mediador é o actante, rede, evento que modifica e é modificado. O resultado da interação só se completa com o concurso da sua ação”.

de modo que altera a velocidade de locomoção dos veículos, modifica os compromissos e horários de trabalho dos sujeitos, além de condicionar o uso de objetos técnicos como o guarda-chuva, capas de chuva ou aplicativos com acesso à internet que informam a situação climática da cidade em determinados horários. Ou seja, a chuva diária na cidade cria uma relação complexa de interdependência entre o sujeito com sua rotina, o uso dos objetos técnicos e a própria vida mediada pelo fenômeno da natureza, adequando-se àquela realidade.

Há pesquisas específicas na região que também demonstram a complexidade dessa relação. Neves e Miranda (2013) apresentam a transformação da realidade do município de Afuá, no Marajó, a partir do contato com tecnologias móveis e com a própria criatividade dos sujeitos em desenvolver objetos que auxiliam nos afazeres diários, além da sua própria maneira de utilização das mídias, criando uma relação interessante entre a *web* e o rádio local da comunidade. Silva e outros (2011) demonstram como o uso de novas tecnologias se mostra uma poderosa forma de resistência e afirmação da cultura dos povos do município de Melgaço, no Marajó das Florestas/PA.

Diante dessas considerações, pode-se inferir que a relação da região amazônica com as mídias se mostra tanto através de representações midiáticas sobre a região, como também através dos usos e apropriações das tecnologias por parte dos sujeitos, mediando suas vidas e, inclusive, utilizando esses recursos como forma de adaptar seu modo de vida e sua cultura à realidade contemporânea. A interação com as tecnologias lhes dá a possibilidade de desenvolver suas próprias representações a respeito da região em que vivem e criar formas de preservar e adaptar suas práticas culturais através da linguagem desses novos meios, fazendo-os sobreviver face ao tempo e às transformações na sociedade.

O enfoque dessa pesquisa está relacionado à questão da representação midiática da Amazônia em uma tecnologia específica, os jogos⁷ digitais ou *videogames*, mídia que clama por estudos relacionados à construção e circulação de sentidos sobre a região amazônica. Sabe-se que a presença da região através de representações é intensa em todos os tipos de mídia, como mostraram as pesquisas citadas anteriormente, entretanto, como será apresentado durante essa pesquisa, a Amazônia se faz demasiadamente representada também nos jogos digitais.

⁷ O jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados **limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias**, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma **consciência de ser diferente da vida cotidiana** (HUIZINGA, 2008, p. 33, grifo nosso). A mesma definição será reproduzida ainda mais uma vez no decorrer desta dissertação, além da definição de outros autores.

Massively Multiplayer Online Role-Playing Game (MMORPG)

Um jogo digital específico traz um conteúdo bastante representativo sobre a região amazônica, por isso, foi escolhido como objeto empírico para essa pesquisa. O *game* em questão é *Ragnarök Online* (figura 5), um *Massively Multiplayer Online Role-Playing Game (MMORPG)*, ou seja, um jogo que permite a interação de milhares de usuários simultaneamente em um mundo virtual compartilhado, em que cada usuário, através da conexão com a internet, acessa e explora esse mundo com um personagem dotado de inúmeras características que podem ser constantemente modificadas. O principal atrativo desse tipo de jogo é a construção e modificação colaborativa de seu mundo virtual, no qual os jogadores são estimulados a trabalhar em equipe para concretizar missões ou realizar seus objetivos.

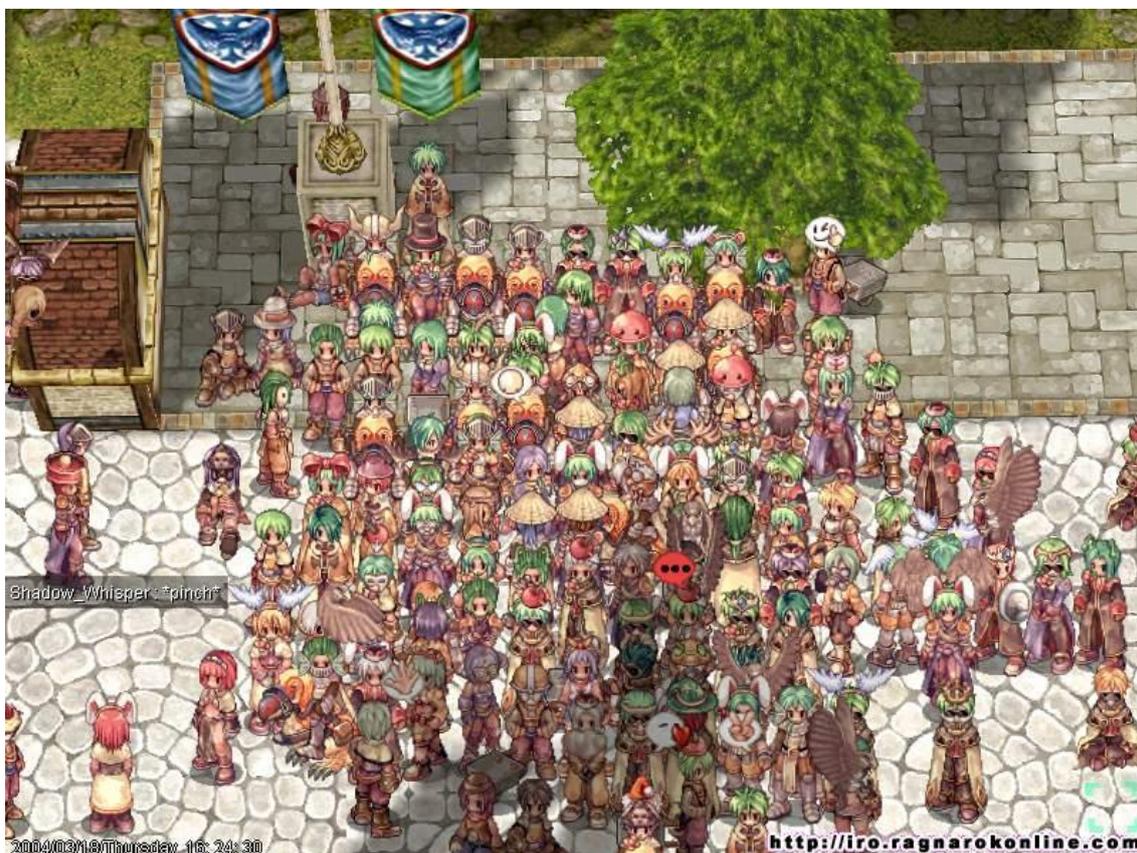


Figura 5 - Inúmeros jogadores em uma cidade virtual de *Ragnarök Online*

Fonte: <http://www.semkao.blogspot.com.br/ragnarok.jpg>

Nos *MMORPGs*, os usuários têm a possibilidade de acessar o mundo virtual e cumprir diferentes objetivos, sejam eles propostos pela própria dinâmica do jogo ou aqueles que os jogadores definem, ou seja, há certa liberdade de ações dentro do mundo virtual de um *MMORPG* (figura 6). Isso pode variar desde a realização de missões, conhecidas como *quests*, batalha contra monstros, coleta de itens, criação de grupos, captura de castelos,

disputas entre jogadores, comércio de itens, ou simplesmente ações com fins de sociabilidade, como conversar, passear com outros jogadores, conhecer pessoas ou até casar-se com personagens de outros jogadores. Em suma, é um tipo de jogo que propõe objetivos que não obrigatoriamente devem ser seguidos.



Figura 6 - Grupo de jogadores caçando monstros em Ragnarök Online
 Fonte: http://www.spielbar.de/neu/wp-content/uploads/2009/09/ro_scr3_800.jpg

Ragnarök Online (RO) é um *MMORPG* produzido pela empresa coreana *Gravity Corporation* e foi lançado inicialmente na Coreia do Sul em 2002. O jogo é inspirado nos quadrinhos de Myoung Jin Lee⁸, que também participou da produção do jogo. Em nível nacional, *RO* recebeu uma versão totalmente em português chamada *Brasil Ragnarök Online*⁹ (*BRO*), distribuída comercialmente pela empresa *LevelUp! Interactive S.A.*¹⁰, que se associou em 2004 à *Tec Toy S.A.*¹¹. *BRO* foi colocado no mercado como versão de teste em outubro de 2004 e lançado oficialmente em fevereiro de 2005. O *web site* oficial de *BRO* é o principal

⁸ De origem coreana, Myoung Jin Lee é um desenhista de *manhwa* (quadrinhos em coreano) e sua obra de maior destaque é *Ragnarök*, trabalho que inspirou a criação do jogo. Para mais informações ver: http://en.wikipedia.org/wiki/Lee_Myung-jin; <http://www.animenewsnetwork.com/interview/2005-04-03/myung-jin-lee>.

⁹ <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/>.

¹⁰ Empresa distribuidora de jogos *on-line* criada em 2002 nas Filipinas. Possui sedes nas Filipinas, Índia e Brasil. Atua no mercado brasileiro desde 2004 (<http://levelupgames.uol.com.br/levelup/>).

¹¹ Empresa atuante no mercado de entretenimento eletrônico nacional, fundada em 1987 (<http://www.tectoy.com.br/>).

caminho para o acesso ao jogo (DEBEAUVAIS; NARDI, 2010). No endereço eletrônico <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/> estão disponíveis os links para *download* do jogo, para a criação de uma conta de acesso e um grande acervo de conteúdo sobre o *game*, incluindo guia para iniciantes (ver figura 7).



Figura 7 - Site oficial da versão brasileira de Ragnarök Online

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/>

Um aspecto que chama a atenção nesse jogo é o complexo hibridismo entre diferentes culturas e narrativas representadas no *game*. A história do jogo baseia-se primordialmente na mitologia nórdica com elementos da cultura oriental, porém, é comum a incorporação periódica de representações de diversas culturas no jogo, que se misturam com as narrativas principais. À medida que os jogadores exploram o mundo virtual do jogo, mais elementos são incorporados ao ambiente do *game* para oferecer novos desafios aos usuários. Ou seja, o mundo está em constante modificação.

Cada atualização oferece inúmeros elementos ao jogo como novas cidades virtuais, novos itens, monstros, equipamentos e locais a serem explorados. Uma das atualizações em *Ragnarök Online*, também conhecida como “episódios”, exibiu representações de elementos naturais, arquitetônicos e culturais do Brasil. No episódio intitulado *Brasilis*, nome da cidade virtual que oferece retratos do país, há também referências à Amazônia em diversos aspectos presentes na cidade e dispersos no mundo virtual do jogo.

Em 2009, a *Level Up!* lançou um *hot site*¹² referente a nova atualização *Brasilis* (ver figura 8). Nesse endereço eletrônico há informações do pacote de atualização, incluindo imagens, vídeo de apresentação, narrativas, texto de apresentação e outros. Nesse conteúdo, percebe-se uma referência direta ao descobrimento do Brasil, às navegações europeias e missões de exploração.



Figura 8 - Hot Site oficial de Brasilis

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/

No caso específico da representação da região amazônica no jogo, são referenciadas lendas e crenças como a Iara, Curupira, Boto Cor-De-Rosa e a Cobra Grande (ver Anexos), assim como elementos típicos da região, como a flor da Vitória Régia, o açaí, o guaraná e animais como a onça-pintada (figura 9). Todos esses elementos misturam-se e apresentam-se resignificados de diferentes maneiras no mundo virtual do jogo, de modo a se adequar à dinâmica daquele universo.

¹² Para mais informações ver http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/.

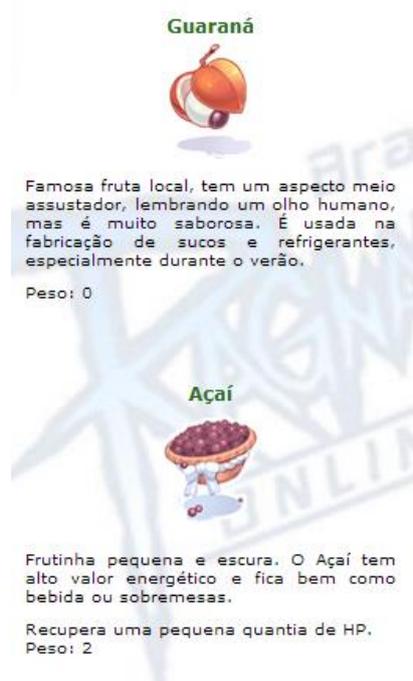


Figura 9 - Exemplos de itens adicionados ao jogo a partir do episódio *Brasilis*

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/

A presença de elementos representativos da região amazônica em *BRO*, a partir da inserção do episódio *Brasilis*, constitui por si só inúmeros sentidos sobre a região amazônica. Porém, por se tratar de um jogo digital em que milhares de jogadores interagem com essas representações, interessa refletir não apenas sobre a presença desses elementos no mundo virtual do jogo, mas também, acerca das possibilidades interacionais que o jogo dispõe para que o jogador, ao interagir com as representações amazônicas, faça parte do processo de construção de sentido sobre a região. Em outras palavras, verificar os sentidos produzidos na interação entre as ações dos jogadores e os elementos representativos existentes no jogo.

Problematização, Objetivos, Metodologia e Divisão dos Capítulos

Ao considerar os pontos mencionados anteriormente, o problema da pesquisa pode ser explicitado. Apreciando a forte presença da Amazônia em representações midiáticas e partindo da premissa que os *games* também contribuem com o processo de construção e circulação de sentidos sobre a região, nos interessa questionar *quais sentidos são construídos e postos em circulação pelo jogo Brasil Ragnarok Online a partir da interação com as representações amazônicas presentes no jogo*. Considerando o quadro de análise proposto nessa pesquisa – a ser apresentado no primeiro capítulo, pode-se desmembrar esse problema em três perguntas orientadoras que norteiam os objetivos de análise da pesquisa: a) *que*

elementos existentes no mundo virtual do jogo representam a Amazônia? b) quais sentidos se constituem a partir da interação com esses elementos? c) quais são as principais relações que os sentidos propostos nessas representações possuem com os sentidos vigentes e circulantes em outros jogos que também tratam sobre a Amazônia?

Para dar conta de tais questionamentos, portanto, o quadro de análise se direciona para os três objetivos relacionados diretamente às perguntas citadas anteriormente: identificar os elementos representativos existentes no jogo; analisar os sentidos que essas representações produzem a partir da interação com as mesmas; relacionar os sentidos produzidos naquela interação com os já existentes e circulantes na sociedade através de outros produtos midiáticos de mesmo formato (jogos). Busca-se assim, apreender tanto o que está proposto nas representações amazônicas existentes em *Brasil Ragnarök Online*, como a relação que esses sentidos têm com o que já está historicamente consolidado na sociedade por meio das representações também presentes em outros jogos.

Dessa forma, o processo de pesquisa para busca e análise das representações nos jogos digitais se consistiu em dois passos principais: o primeiro foi a busca de trabalhos científicos com temáticas relacionadas à representação da região amazônica nos *games*. Realizou-se a pesquisa nas bibliotecas *on-line* da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS, no Portal de Livre acesso à Produção em Ciências da Comunicação – PORTCOM, na biblioteca de artigos *on-line* do portal do Simpósio Brasileiro de Games e Entretenimento Digital, no Portal de Periódicos da Capes e no sistema de busca de trabalhos científicos do “*Google Acadêmico*”¹³. Verificou-se que, nas pesquisas de *Costa et al* (2009), Santos (2011), Ferreira (2012), Rodrigues *et al* (2012), Junior *et al* (2013), foram apresentados *games* que variam entre jogos *Triple A* ou *AAA*¹⁴, jogos *indie*¹⁵ e jogos educativos contendo algum tipo de representação da Amazônia.

Em relação à busca direta aos jogos digitais, foram realizadas pesquisas em sistemas buscadores (*Bing* e *Google*), *blogs* e portais de conteúdo com enfoque em *games* para verificar motes relacionados à Amazônia nos jogos digitais. Também foi realizada a procura em portais *on-line* que agregam *games* independentes. Utilizou-se as palavras “*Amazon*” e “*Amazônia*” no sistema de busca desses portais para encontrar jogos com a temática. Os portais acessados para a pesquisa foram: *Girlgames.com*; *Addictinggames.com*; *Agame.com*;

¹³ Para mais informações ver: <http://scholar.google.com.br/>.

¹⁴ Games *triple A* ou *AAA* são aqueles desenvolvidos por grandes empresas do mercado de jogos digitais. São os *games* que vendem milhões de cópias já no período de lançamento, muitas vezes, seguindo fórmulas já prontas e consolidadas da indústria.

¹⁵ Jogos *indie* ou independentes são *games* criados por uma pessoa ou pequenas equipes de desenvolvimento. Normalmente são produzidos com baixo orçamento em comparação aos *Triple AAA*.

Games.com; *DeadWhale.com*; *Bgames.com*; *Yahoo games*; *Miniclip.com*; *Crazymonkeygames.com*; *Armorgames.com*; *Fog.com*; *Newgrounds.com* e *Kongregate.com*. O processo de busca foi realizado no período de 10 de maio de 2014 a 15 de dezembro de 2014.

No que se refere à análise dos jogos digitais encontrados nesse levantamento, utilizou-se principalmente a contribuição teórica de Pinheiro (2007) acerca de três dimensões (narrativa, tecnologia e interface) que constituem um *game*. Esse aporte teórico metodológico mostrou-se como um importante recurso para identificar, de forma objetiva, elementos presentes nos jogos que se configuraram como representações da Amazônia. Importante destacar que se tratou de uma análise objetiva, pois teve como foco apenas a identificação desses jogos e dos elementos utilizados para representar a Amazônia, já que o tempo de pesquisa foi predominantemente direcionado à análise mais aprofundada de *BRO*. Outro ponto a ser destacado foi a incapacidade de se assumir a posição de usuário-jogador em alguns jogos, o que limitou a análise desses *games* somente à observação do *gameplay*¹⁶ em vídeos no endereço eletrônico *youtube.com*. A análise dos outros jogos consistiu-se basicamente em observar como a interação entre as três dimensões propostas constroem as representações nos *games*.

A dissertação foi dividida em três capítulos. O primeiro aborda o referencial teórico e metodológico utilizado na pesquisa, preparando o leitor para a análise subsequente. Este capítulo é direcionado, principalmente, à discussão do conceito de representação, com enfoque para o processo de construção de sentidos através das representações nos jogos digitais. Para tanto, buscou-se realizar uma revisão bibliográfica e documental acerca da constituição dos jogos como mídia e dos principais aspectos que formam sua linguagem e competência representativa.

Na parte inicial do capítulo foi realizada uma breve discussão a respeito do conceito de representação e dos aspectos relacionados aos mundos de representação criados nos jogos, bem como uma digressão a respeito da transformação da linguagem dos jogos ao longo do tempo, sobretudo, dos digitais. Na última parte do capítulo o foco foi direcionado à discussão de procedimentos metodológicos que tornassem possível analisar as representações nos jogos e a carga de sentidos produzida pelas mesmas. Nesse sentido, chegou-se ao desenvolvimento do *modelo analítico de representações nos jogos digitais*, um modelo que possibilita guiar o

¹⁶ O sentido de *gameplay* citado acima se refere aos vídeos em que um sujeito joga e comenta a sua experiência de jogo enquanto é filmado. A prática se tornou comum nos últimos anos, com diversos vídeos e canais no *Youtube* voltados para a temática.

caminho a se percorrer para analisar as representações nos *games*, com foco descritivo e interpretativo, direcionado à interação com os elementos representativos existentes em determinado jogo e na relação que os sentidos ali produzidos formam com as representações circulantes em outros jogos.

O segundo capítulo tem como principal objetivo apresentar e contextualizar o leitor sobre o objeto empírico, ou seja, o jogo digital *Ragnarök Online* em sua versão brasileira oficial, *BRO*. A descrição do *BRO* atravessa necessariamente a origem dos jogos do tipo *MMORPG*, assim como a discussão acerca de *mundos virtuais compartilhados*, já que o jogo em questão está intimamente relacionado a esses conceitos. Após essas considerações, parte-se para a imersão no jogo na posição de jogador e para a descrição de sua estrutura e dinâmica (ver também Anexo 1), seguindo a proposta metodológica citada no primeiro capítulo do trabalho. O processo descritivo considerou tanto a estrutura interna do jogo em si (p.ex.: seu mundo virtual, narrativa e regras), como a extensa ecologia midiática que envolve jogos do tipo *MMORPG*, um dos principais aspectos a se considerar na cultura midiática atual.

O terceiro e último capítulo teve seu enfoque na análise e resultados encontrados no decorrer da pesquisa. Esta parte direcionou-se para descrição e análise das representações amazônicas em *Brasil Ragnarök Online*, seguindo os procedimentos propostos pelo *modelo analítico de representações nos jogos digitais*. Portanto, buscou-se identificar e descrever os elementos existentes no mundo virtual de *BRO* que representam a Amazônia; analisar os sentidos que se constroem a partir da interação com esses elementos (considerando que em um jogo digital o sentido se constitui a partir da ação do jogador) e, por fim, analisar a relação que os sentidos que se constroem sobre a Amazônia na interação com esses elementos em *BRO* têm com os sentidos que circulam em outras mídias de mesmo formato. Como escopo desse trabalho, foi realizado um levantamento de jogos digitais que também possuem representações amazônicas, dando enfoque na análise da relação dos sentidos construídos em produtos midiáticos de uma mesma mídia, no caso, os jogos digitais.

Foi possível concluir que as representações amazônicas encontradas nesses jogos apresentaram várias circularidades entre si e com as existentes em *Brasil Ragnarök Online*. Essas circularidades estão relacionadas às características do local, dos seres que ali habitam, de um imaginário a respeito da existência de seres fantásticos e acerca do modo de vida dos habitantes, além de questões como a preservação da biodiversidade, a estética da cor verde e as características dos indígenas.

As Conclusões, finalmente, trouxeram os resultados da pesquisa que indicam a reiteração de sentidos, incluindo estereótipos, sobre a Amazônia nos *games*, mas, que

também, apontam para possibilidades da utilização da linguagem dos jogos digitais como contributo para a valorização e resistência de tradições culturais amazônicas, sobretudo nos exemplos apresentados em *BRO*. Mesmo que inúmeros elementos sejam resignificados para se adaptar ao universo ficcional e às regras do jogo, acredita-se que, ao utilizar as capacidades interativas e lúdicas dessa mídia de maneira apropriada, há um grande potencial para ressaltar e preservar culturas tão ricas e complexas como as da Amazônia, além da possibilidade de fomentar debates sobre questões políticas e econômicas envolvendo a região. É o que pretende-se demonstrar a seguir. Boa leitura.

CAPÍTULO 1 – AS REPRESENTAÇÕES NOS JOGOS DIGITAIS

A espécie humana recebeu a designação *Homo Sapiens* devido sua evolução biológica e capacidade de raciocínio, aprendizado e manipulação do ambiente em que vive. Outras características foram associadas ao longo do tempo, principalmente a partir do século XVIII, época em que o racionalismo se acentuou. A designação *Homo Faber*, relacionada à capacidade de manejar a técnica e fabricar instrumentos para modificação de seu espaço, foi outra que se mostrou apropriada ao homem. Entretanto, uma terceira designação se mostra presente na vida humana e de outros animais, *Homo Ludens*, que, segundo Huizinga (2008), é um conceito tão importante quanto à capacidade de raciocínio e fabricação de objetos. Trata-se da capacidade de brincar e jogar, tão importante para a vida do homem (HUIZINGA, 2008).

Segundo o autor, os jogos possuem grande relevância para a vida humana, um dos principais elementos formadores da cultura e aspecto inerente a ela. Huizinga (2008) afirma que o espírito lúdico do jogo é fato anterior à cultura humana pela capacidade de animais mergulharem em atividades recreativas sem qualquer tipo de iniciação oriunda de ações do homem. O autor cita como exemplo a “brincadeira de morder”, de filhotes de cães. Os cachorros fingem morder com violência e rosnam uns para os outros como se estivessem com raiva. Também parecem saber perfeitamente que se trata de uma brincadeira, pois, a partir do momento que um dos cães morde o outro com violência a brincadeira logo acaba. Os animais e os homens jogam por constituir fator significativo, que confere um sentido maior, de tensão, relaxamento, diversão, prazer e alegria (HUIZINGA, 2008).

Os jogos existem desde sociedades mais antigas, encontrados em diferentes formas e culturas. Para Huizinga (2008), a competição (*agôn*) é a forma mais recorrente na antiguidade. Os povos astecas, por exemplo, realizavam rituais e competições para favorecer suas colheitas, inclusive realizando sacrifícios. Na China antiga, inúmeras atividades tinham caráter competitivo, fossem atravessar rios e florestas ou mesmo escalar montanhas. Para esses povos, grandes feitos ou vitórias representavam um significativo benefício para quem os conseguia (HUIZINGA, 2008). No Egito, em 3500 A.C já existia uma espécie de jogo de tabuleiro chamado *Senet* (figura 10), um dos mais antigos do mundo (GULARTE, 2010).



Figura 10 - Pintura da Tumba da Rainha Nefertari do Egito (1295-1255 BC)

Fonte:http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b4/Maler_der_Grabkammer_der_Nefertari_003.jpg

Como apresentam Huizinga (2008) e Caillois (2010), os jogos foram se tornando mais complexos com o passar do tempo, tendendo para vertentes mais específicas na sociedade. Com o advento das evoluções tecnológicas e processos de desenvolvimento e produção mercantil, tornar-se-iam mais relacionados às práticas de entretenimento comercial (apostas, cassinos...) e desportos, perdendo parte de seu caráter ritualístico e sagrado, como ocorria em algumas sociedades mais antigas.

O jogo manteve uma posição secundária na sociedade, sobretudo a partir da virada dos séculos XIX e XX, quando seu significado era relacionado a brincadeiras de criança ou a “jogos de azar”, esse atribuindo à atividade do jogo significados como apostas, perda de

dinheiro e até vício. Inúmeros estigmas acompanham os jogos e outras atividades de entretenimento até hoje¹⁷.

Para Pereira e Polivanov (2012), diferente do que ocorreu em épocas anteriores, nas últimas décadas, o entretenimento assumiu formas híbridas que se disseminaram em produtos e serviços, constituindo-se como uma linguagem, não mais apenas como *commodities* ou atividades voltadas especificamente para diversão.

Dentre inúmeras atividades de entretenimento e diferentes tipos de jogos que se desenvolveram ao longo dos anos, os jogos digitais ou *games* se mostram na vanguarda da *indústria do entretenimento* (SANTAELLA, 2007; PEREIRA; POLIVANOV, 2012), consolidando-se não somente pela sua popularidade e inovações tecnológicas, mas também na constituição de uma linguagem própria (PINHEIRO, 2007), auxiliando na transformação de inúmeros processos e práticas diárias que escapam da diversão unicamente, cada vez mais influente na cultura contemporânea (SOUZA, 2003).

Exemplos têm-se dos *Newsgames*¹⁸, que são jogos baseados em notícias ou acontecimentos históricos para informar ou despertar a consciência crítica, utilizando a linguagem dos jogos; a *Gamificação*¹⁹, que basicamente consiste em aplicar, em diversas atividades, elementos que comumente constituem jogos digitais, como sistema de pontuação, níveis e recompensas (KENSKI, 2011), sendo bastante utilizada em serviços ou dinâmica de produção em empresas. Outro exemplo seria o uso educativo dos jogos digitais e até terapêutico, como na utilização dos *Exergames*²⁰, jogos digitais voltados para a prática de exercícios que podem utilizar a captura de movimento do jogador através de dispositivos específicos (ver figura 11). Ainda, outro exemplo são os *Advergames*, criados com o objetivo de divulgar uma marca, empresa ou produto através da experiência lúdica. A figura 12 mostra o jogo criado para divulgar os produtos da marca *Olimpikus*, utilizando como personagens o ex-jogador de vôlei Giba e o técnico de vôlei Bernardinho.

¹⁷ Janotti Jr. (2009, p. 3 - 4) aponta para a existência de brincadeiras a respeito da questão inclusive em ambientes acadêmicos.

¹⁸ Para mais informações ver <http://www.newsgaming.com>.

¹⁹ O *Foursquare* (<https://pt.foursquare.com/>), por exemplo, é uma rede social que possibilita aos usuários competirem para liberar *badges* (medalhas que os fazem subir no *ranking*) à medida que realizam *check-ins* (marcações nos locais do mapa com algum comentário sobre ele) em locais que visitam. Falcão e Aquino (2013) discutem acerca do engajamento e sociabilidade de usuários do *Foursquare* a partir das dinâmicas de jogo presentes na ferramenta. Outro exemplo é o sistema de pontuação e gratificações no uso de cartão de crédito na troca de passagens aéreas ou em combustível em postos de gasolina é uma forma de *gamification*, como o *site* da companhia aérea TÁxi Aéreo Marília - TAM (www.tam.com.br), que permite aos usuários acessar um local específico para visualizar sua pontuação e quanto precisam na troca por passagens.

²⁰ Para mais informações ver <http://www.exergamefitness.com>.



Figura 11 - iDANCE2: Jogo de dança para habilidades motoras e interação social

Fonte: <http://blog.motionfitness.com/wp-content/uploads/2011/02/iDancesmall.jpg>



Figura 12 - Templo - O desafio Pequim

Fonte: http://farm4.static.flickr.com/3161/2712564698_a002677f3f.jpg?v=0

Pesquisas também demonstram (NEWZOO, 2014a) a popularização e importância econômica dos *games* e apontam para um crescimento nos próximos anos. De acordo com dados mais recentes da empresa de consultoria e pesquisa de mercado *Newzoo* (2014a), em âmbito global, o mercado de *Games* movimentou 81,5 bilhões de dólares em 2014 (crescimento de 8% em relação ao ano de 2013). Em relação à quantidade de jogadores em esfera global, a população mundial total é de 7,2 bilhões de pessoas, dos quais cerca de 1,8 bilhão são jogadores ativos. Acerca do mercado latino-americano, este movimentou 3,3 bilhões de dólares em 2014, sendo que o Brasil está em primeiro lugar no continente e décimo primeiro mundialmente, com receita de 1,3 bilhão de dólares. Sobre a quantidade de jogadores, do total de 620 milhões de habitantes na América Latina, 185 milhões são *gamers* (NEWZOO, 2014b).

Direcionando o olhar ao Brasil, conforme a pesquisa *Gamers in Brazil* (NEWZOO, 2013), há 48,8 milhões de *gamers* no país e 61% deles investem recursos financeiros em jogos. Outros dados importantes dizem respeito aos aparelhos utilizados para jogar: 47,1 milhões de jogadores utilizam computador; 34,6 milhões usam plataformas pessoais como celulares; 33,7 milhões, consoles; e 17,8 milhões jogam variando entre consoles portáteis e *tablets*. O interessante é que do total, 11,1 milhões de pessoas utilizam os quatro tipos de aparelhos para jogar (NEWZOO, 2013).

Apesar dos dados relacionados aos *games* nos últimos anos evidenciarem números admiráveis de crescimento da indústria, pode-se observar inúmeras possibilidades para além de sua comercialização. Os pontos citados anteriormente ilustram a questão. Isso demonstra a grande potencialidade dos jogos digitais como dispositivo de potencial comunicativo. Fragoso (2013) sugere que os *games*, a exemplo de outros produtos midiáticos - filmes, livros, programas de televisão, rádio ou teatro possuem diferentes potenciais, funções e/ou gêneros, seja contar histórias, entreter, educar, produzir sentido ou emocionar. Segundo Bogost (2008), os jogos são mundos que podem representar práticas sociais existentes na realidade, bem como fazer afirmações sobre o mundo que podem ser criticadas, deliberadas e interpretadas, auxiliando na construção de sentido a partir de uma experiência simulada baseada na ação e interação com o mundo imaginário do jogo.

O objetivo principal desse capítulo, portanto, é contextualizar historicamente o leitor sobre a temática e discorrer acerca do jogo e de suas capacidades de representação, ou seja, a de representar o mundo comum que se vive fora da esfera do jogo. Como será abordado mais à frente, para Huizinga (2008), quando o sujeito aceita jogar, uma realidade imaginária se instala, possibilitando-o mergulhar na esfera do jogo, podendo transitar entre duas realidades distintas, mas, ao mesmo tempo, conectadas.

Tendo isso em vista, este capítulo trará uma revisão bibliográfica e documental a respeito de aspectos-chave da constituição dos jogos como mídia e dos pontos principais que formam a sua linguagem e suas capacidades representativas. Para isso, propõe-se discutir brevemente o conceito de representação e seus aspectos relacionados aos mundos de representação criados nos jogos. Também será feita uma breve digressão a respeito da transformação da linguagem dos jogos, mais especificamente, dos jogos digitais, buscando entender suas capacidades representativas. Por fim, iremos discutir acerca de procedimentos e técnicas metodológicas que possibilitem analisar as representações nos jogos e toda a carga de sentidos produzida por elas.

1.1 O desenvolvimento do jogo digital como mídia

O início da história dos jogos digitais é reconhecido na criação dos primeiros jogos de computadores: *Tennis for two*²¹ em 1958, e *Spacewar!*²² em 1961, tentativas bem sucedidas de engenheiros (William Higinbotham e Steve Russel, respectivamente) em tentar dar um uso divertido às grandes máquinas voltadas para cálculos matemáticos e trajetória de projéteis. Outro ponto determinante para o desenvolvimento dos jogos digitais foi a criação de Ralph Bauer em 1969, ao conseguir desenvolver um aparelho que possibilitava a transmissão de gráficos através da tela de uma televisão e controlá-los por intermédio de um “controle”, o que iria dar origem ao primeiro *videogame* e, posteriormente, ao surgimento de uma indústria (KENT, 2001). Em 1971, o jogo *Spacewar!* ganhou uma adaptação feita por Nolan Bushnell e tornou-se o *Computer Space*, um dos primeiros *arcades* do mundo.



Figura 13 - Jogo Spacewar!

Fonte: <http://www.hardcoregaming101.net/spacewar/spacewar-4.jpg>

As primeiras experiências comerciais com jogos digitais foram com os chamados *arcades* (ver figura 14). Após o avanço das tecnologias, cresce o interesse em levar os *videogames* para os lares do mundo e impulsiona-se, assim, o processo de miniaturização de seus componentes eletrônicos, o aumento da memória e da velocidade de processamento de dados. Dessa maneira, surgiram máquinas mais baratas, ocupando menos espaços e com a maior potência. Com a chegada dos consoles caseiros como *Magnavox Odissey* e posteriormente o *Atari 2600*, inicia-se um processo de novo uso para a televisão (PINHEIRO, 2007) e a indústria dos *games* emerge com grande sucesso financeiro e, no final da década de 70 e início dos anos 80, os jogos digitais se tornam sensação (KENT, 2001; GULARTE, 2010).

²¹ Uma versão abstrata de um jogo de tênis para dois jogadores. O jogo consistia em apenas duas linhas que poderiam bater em uma bola piscando.

²² Criado com o computador *PDP-1*, o jogo consistia em um jogo simples de batalha de naves espaciais.



Figura 14 - Arcade do jogo *Computer Space*

Fonte: http://www.culturemobile.net/sites/culturemobile.net/files/styles/article_460/public/images/galleries/galerie_histoirejeuvideo_computerspace.jpg

Desde esse período, os números da indústria dos *games* já impressionavam. Segundo Kent (2001), revistas da época noticiaram que os americanos investiram cinco bilhões de dólares em *videogames* em 1981 e cerca de 75 mil pessoas já jogavam *videogames*. Naquela época, a indústria do *videogame* disputava mercado com a indústria do cinema, com outras formas de entretenimento e com os esportes nos Estados Unidos da América (KENT, 2001).

É importante ressaltar que a popularização dos jogos digitais na época pode ser diretamente relacionada ao processo de desenvolvimento da *Cibercultura*, pois, segundo Lévy (1999) e Lemos (2010), tal processo está relacionado à emergência da microinformática, movimentos sociais de jovens ativistas cibernéticos que lutavam contra a centralização e a posse de informações por determinados grupos sociais (científico, econômico, industrial e militar) em meado dos anos 1970. De acordo com Lemos (2003, p. 12), a *Cibercultura* é a “forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica surgidas com a convergência das telecomunicações com a informática”. A possibilidade de digitalizar a informação, ou seja, a transformação da informação em códigos binários, transformar imagens, textos, músicas ou sinais analógicos em dados digitais (LEVY, 1999), além da comercialização do microprocessador, também foram significativos para o crescimento da indústria.

De fato, a indústria dos *games* possibilitou, através dos *videogames*, um acesso em massa às tecnologias dos computadores na época (WOLF, 2001). Um exemplo interessante é o jogo *Battlezone*, criado na década de 80 pela *Atari*, que utilizava gráficos vetoriais para representar, de forma tridimensional, uma batalha de tanques de guerra (figura 15).



Figura 15 - Battlezone

Fonte: <http://freespace.virgin.net/james.handlon/battlezone/bzshot21.gif>

Com o sucesso do *videogame*, houve grande investimento na produção de jogos por empresas que viram a possibilidade máxima de lucro em detrimento da qualidade dos *games*. O resultado foi uma produção em ritmo acelerado, uma massificação de títulos que inundaria os consumidores com uma pobre experiência de entretenimento e uma qualidade baixa de gráficos e design que não acompanhavam a expectativa do público por melhores produtos e experiências. Houve a saturação do mercado e muitos jogos foram tão rejeitados que terminaram em aterros sanitários²³. Nesse período de crise, em meados da década de 80, a gigante *Atari* entrou em colapso junto com inúmeras pequenas empresas e uma recessão ocorreu na indústria dos jogos nos Estados Unidos entre os anos de 1984 e 1985.

Outro ponto relevante a se destacar no período da crise foi a ascensão dos computadores pessoais. O mercado consumidor começou a se interessar pelos computadores que se mostravam ferramentas com boa capacidade de processar informações e executar diferentes funções, inclusive a de jogar, já que revistas especializadas em informática da época disponibilizavam jogos em suas edições. Outro ponto foi o próprio barateamento dos computadores, que possibilitava essas diversas funções por quase o mesmo preço de um console na época (A ERA DO VIDEOGAME, 2013). É interessante pensar que os mesmos avanços tecnológicos que possibilitaram a popularização dos *videogames* caseiros também tiveram participação na crise da indústria.

²³ Recentemente, em abril de 2014, comprovou-se: escavações no deserto do Novo México, nos Estados Unidos, encontraram cartuchos de jogos como “*Centipede*”, “*Space Invaders*” e “*Asteroids*” (FOLHA DE SÃO PAULO ONLINE. Caderno TEC, 27/04/2014). Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2014/04/1446267-cartuchos-de-atari-sao-encontrados-em-escavacoes-no-novo-mexico.shtml>. Acesso em 27/01/2015.

Neste momento de tensão, começou o que seria o início da introdução de enredos e personagens carismáticos com diferentes características, o que ajudaria a indústria dos *games* a se reerguer da crise (GULARTE, 2010). Iniciavam-se então os primeiros passos para a construção de uma linguagem, de fato, para os *games*. Personagens como *Pacman* e Mario foram a sensação na época. Jogos como *Pacman*²⁴ e *Donkey Kong*²⁵ introduziram personagens carismáticos e coloridos, com os quais o público poderia se identificar e narrativas que escapavam de jogos “com objetivos sem explicação” ou que envolviam, em sua maioria, tiros e explosões.

Por ter sido uma mídia que teve seu desenvolvimento restrito prioritariamente a profissionais engenheiros e informatas durante a primeira metade de sua existência, seu potencial de representação acabou em segundo plano, pois, como sugere Pinheiro (2007), não se pode exigir desse campo de estudos um foco na qualidade de representação dessas mídias, pois o escopo de suas ações e estudos estava naturalmente ligado à programação, ao código, à inteligência artificial. Pode-se considerar um ponto-chave na história dos *videogames* a inserção de narrativas e desenvolvimento tecnológico, pois se mostraram preciosos para a melhoria das possibilidades de representação dos *games* (WOLF, 2001).

A linguagem dos *games* é reconhecível principalmente em dois momentos de sua história como mídia, o primeiro vivido durante as décadas de 70 e início dos anos 80, no qual os desenvolvedores de jogos articularam-se na produção de jogos focados em objetivos simples, pouca capacidade de representação e limitações técnicas. No caso dos primeiros jogos, a qualidade dos gráficos era limitada e o realismo também. Além disso, os gráficos se mostravam uma espécie de exercício de abstração e interpretação, e os elementos eram entendidos, simplesmente, por convenção simbólica (LUZ, 2010).

Após a crise em meados dos anos 80, os jogos iniciaram um processo de desenvolvimento com base em narrativas e representações gráficas melhor elaboradas, com a presença de iluminação avançada de ambientes, diferentes pontos de vista e variadas técnicas de linguagem oriundas da TV e do cinema, além de centrados em personagens com enredos (WOLF, 2001). Esse segundo momento é marcado pelo grande potencial de representação, qualidade gráfica e tecnológica no início da década de 90. O advento da tecnologia de três dimensões foi o responsável pelo início de grande interesse de pesquisas voltadas aos jogos digitais e pela presença de profissionais da comunicação envolvidos com a indústria dos *games* (PINHEIRO, 2007). Desde esse período até hoje, as produções dos *games* de grandes

²⁴ Jogo no qual o objetivo é comer tudo que se vê pela frente. Desenvolvido pela *Namco* e lançado em 1980.

²⁵ Criado por Shigeru Miyamoto, e lançado pela *Nintendo* em 1981.

empresas se assemelham muito com as cinematográficas, inclusive nos altos valores de produção (A ERA DO VIDEOGAME, 2013).

Gomes (2009) explica que o lançamento de jogos que demonstraram um salto de sofisticação audiovisual, no início da década de 90, como *Doom*²⁶ e *Myst*²⁷ (ver figuras 16 e 17), por exemplo, atraíram pesquisadores de outras áreas do conhecimento, que não a informática, como teatro, literatura e cinema, a direcionar sua atenção aos jogos.



Figura 16 - *Doom*

Fonte: <http://masterdesigners.com.br/wp-content/uploads/2014/09/20100514021818Doom.jpg>

²⁶ Lançado em 1993, pela *Id Software*, *Doom* é um jogo de tiro em primeira pessoa que chama atenção por sua estrutura tridimensional e detalhes gráficos que marcaram os jogos *First Player Shooter*, além da intensa carga de violência presente no jogo.

²⁷ Criado pelos irmãos Rand e Robyn Miller e desenvolvido pela *Cyan*, lançado em 1993, *Myst* é um jogo de exploração em que o jogador controla um personagem que é transportado para outro mundo e deve seguir diversas pistas para seguir adiante. Os gráficos também chamam atenção para a época.



Figura 17 - *Myst*

Fonte: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/d/d0/Myst-library_and_ship.jpg

Com essa transformação dos jogos digitais, eclodiu o interesse de pesquisas acadêmicas e, nesse contexto, surgiu o *Game Studies - The Journal of Computer Game Research*, um periódico voltado para estudos com foco nos jogos digitais, mais precisamente, nos aspectos culturais, comunicativos e estéticos. Este iniciou quando Espen Aarseth (2001) declarou que o ano de 2001 seria o “marco zero” dos estudos dos jogos (PERANI, 2008). O debate entre narratologistas e ludologistas²⁸ marcaram os primeiros anos da revista. Enquanto os primeiros analisavam os jogos pela perspectiva da narrativa, os ludólogos adotavam uma postura mais centralizadora, defendendo os estudos dos jogos como uma disciplina autônoma e livre de qualquer “colonização” por outras áreas do conhecimento (GOMES, 2009).

Com o passar dos anos, à medida que profissionais de comunicação, *design*, roteiro, *marketing* e outras áreas iniciaram a participação mais frequente na produção de jogos, as capacidades comunicativas dos *games* melhoraram significativamente, tanto na sua interface de comunicação com o usuário (considerando aqui desde elementos gráficos até aspectos materiais como os *gamepads*, *joysticks* e outros aparatos técnicos), como na construção narrativa, imersão e estímulos sensoriais, auxiliando na sedução, capacidade de representação e simbolismo dos *games* (PINHEIRO, 2007).

É possível observar na sociedade inúmeros elementos que têm influência direta da linguagem dos *games*, assim como as mudanças nessa linguagem trazem transformações cognitivas, na experiência de utilização das demais mídias, na experiência de consumo de

²⁸ Segundo Gomes (2009), os próprios ludologistas nomearam autores como Janet Murray (1997), Brenda Laurel (1993), Marie-Laure Ryan (2001), e mesmo Henry Jenkins (2005), como sendo narratologistas. Dentre os ludologistas mais referenciados estão Espen Aarseth (1997), Jesper Juul (2003) e Gonzalo Frasca (2007).

bens e serviços, no labor e em processos de aprendizagem (JOHNSON, 2005; PEREIRA; POLIVANOV, 2012).

Dessa forma, os jogos digitais também estão relacionados diretamente com outras mídias, seja por meio de aspectos técnico-estruturais, da incorporação de elementos da linguagem ou relacionados aos usos e apropriações dos sujeitos, como demonstram os trabalhos de Bolter & Grusin (2004) e Santaella (2007). Os autores se debruçaram em estudar aspectos da materialidade dos jogos digitais a partir de conceitos como *intermedialidade* (SANTAELLA, 2007) e *remediação* (BOLTER; GRUSIN, 2004), buscando apresentar inúmeras características das mídias que se entrelaçam. Os jogos de futebol para *videogame*, por exemplo, apresentam inúmeros elementos do que seria uma transmissão de jogo de futebol na televisão, simulando a prática esportiva ao mesmo tempo em que apresentam narrações e comentários, placar do jogo, *replay* dos lances importantes da partida e posicionamento da câmera (ver figura 18).



Figura 18 - FIFA 2013²⁹

Fonte: <http://gaveta.hostoi.com/IMAG/fifa-2013-pc.jpg>

Nos últimos anos, o console *Nintendo Wii*, desenvolvido pela *Nintendo* (figura 19), destacou-se pela inovação do controle com sensores de movimento, criando uma interação ainda maior entre jogador e *videogame*, além do fato de que grande parte de seus jogos é intuitivo e de fácil aprendizado (JUUL, 2010). Mostrou-se também como tendência a utilização de dispositivos de captura de movimento ou óculos de realidade virtual nos jogos, sendo difícil afirmar que os jogos são apenas mídias audiovisuais, já que é possível proporcionar outros estímulos sensoriais, possibilitando tocar e movimentar-se, para além do ver e ouvir (MACHADO, 2007).

²⁹ Um dos jogos da famosa série *Fifa*, desenvolvida pela divisão *EA Sports*, da empresa *Eletronic Arts*. No jogo, as características do processo de remediação são claras e se mostram ao jogador constantemente.



Figura 19 - Jogo de boxe no Nintendo Wii

Fonte: <http://blog.media-freaks.com/wp-content/uploads/2009/09/free-online-adventure-games4.jpg>

Ao se comparar os jogos das primeiras gerações do *videogame* com jogos mais recentes, é possível observar a grande mudança na capacidade de representação. Isso acontece porque as possibilidades expressivas e representativas dos jogos estão diretamente relacionadas ao desenvolvimento tecnológico, narrativo e de comunicação com o usuário, pois são aspectos ligados à criação de mundos virtuais cada vez mais complexos e realistas, bem como proporcionar ao jogador inúmeras possibilidades de identificação com um personagem desses mundos ficcionais. Ao observar as duas figuras (figuras 20 e 21), percebe-se que a possibilidade de exploração do espaço virtual, controle, movimentação e representação do personagem, além da própria imersão na narrativa no primeiro caso (figura 20) são demasiadamente limitadas em comparação com o exemplo do segundo caso (figura 21).



Figura 20 - Pacman para Arcade

Fonte: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/5/59/Pac-man.png>

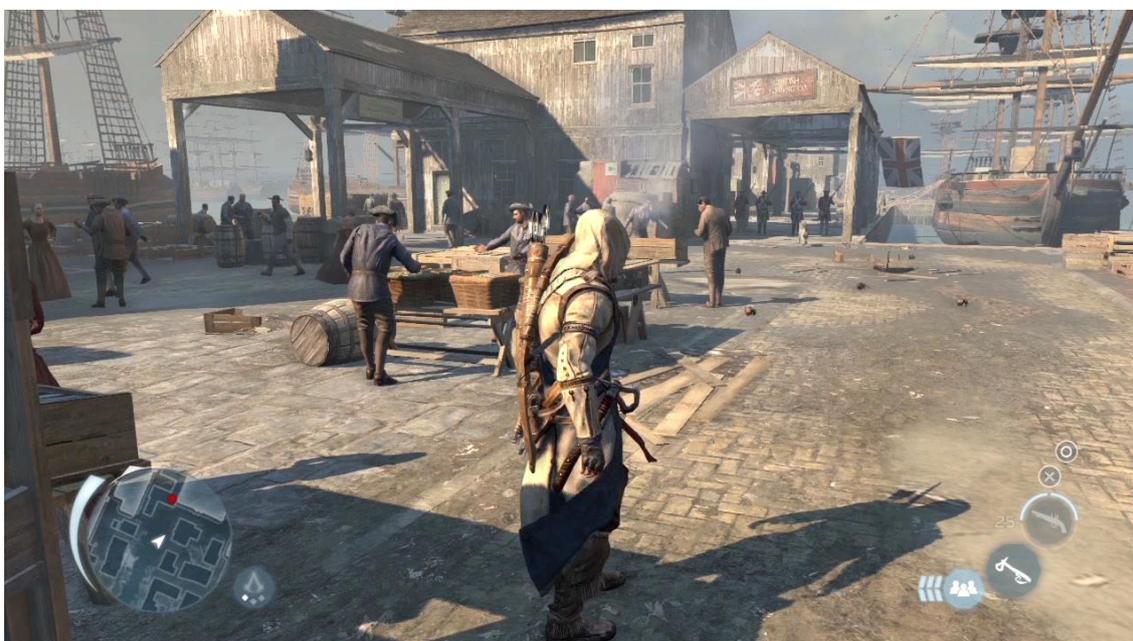


Figura 21 - Imagem do jogo Assassin's Creed III³⁰

Fonte: <http://fusaogames1.blogspot.com.br/2013/04/assassin-creed-iii-game-dlc-traducao.html>

Percebe-se que os jogos atualmente se mostram como um objeto extremamente híbrido. Segundo Santaella (2007), isso fica evidente ao se observar sua estrutura, uma vez que esses necessitam de programação, roteiro de navegação, *design* de interface, narrativa, técnicas de animação, usabilidade, gráficos bidimensionais e tridimensionais. Além disso, à medida que a tecnologia evolui, mais recursos são incorporados a estes jogos (WOLF, 2001).

Outro ponto relevante de ser mencionado foi a possibilidade de muitos usuários jogarem simultaneamente através dos jogos em rede, que se popularizaram principalmente na

³⁰ Jogo da série famosa *Assassin's Creed*, foi criado e desenvolvido pela *Ubisoft* e lançado em 2012.

década de 90. Estes jogos, como se verá mais detalhadamente no capítulo 2, abriram caminho para os chamados *Massively Multiplayer Online Games (MMO)*, ou jogos *on-line* multiusuário massivo, que possibilitam milhares e até milhões de pessoas a interagirem em tempo real através de mundos virtuais compartilhados. Atualmente, há possibilidade de um mesmo jogo poder ser jogado por milhares de jogadores em diferentes plataformas, seja *PC* ou consoles, configurando uma tendência para jogos *cross plataformas*, que são *softwares* ou *games* que podem ser executados a partir de diferentes plataformas (BNDES, 2014). Um antigo jogo da empresa *SEGA*, o *Phantasy Star Online*³¹ já apontava para esse caminho, por permitir o *multiplayer online* a partir de conexão com a internet através dos consoles e computadores.

Lévy (1999) definiu esses ambientes de jogo no qual milhares de pessoas podem interagir simultaneamente como “mundos virtuais compartilhados” ou “mundos virtuais para diversos participantes” que, segundo o autor (1999, p. 75), são ambiências que demonstram grandes potenciais para colaboração e *inteligência coletiva*.

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.

A *inteligência coletiva* é um conceito que se refere a uma inteligência que pode estar localizada em qualquer lugar de uma rede e que pode ser acessada e utilizada em tempo real. Um conjunto de conhecimentos que cada um detém e que ao serem associados, podem se tornar uma fonte coletiva de informação e de questionamento de diversos tipos de poderes centralizadores de informação, como o próprio poder das grandes corporações de mídia (LÉVY, 1999; JENKINS, 2008). A inteligência coletiva tem, em seu núcleo, a sinergia entre diferentes competências, a cooperação, a construção colaborativa de recursos e projetos, além da constituição de acervos de informação que se baseiam não somente em uma grande memória coletiva, mas em uma formação em rede que, em determinados momentos, requer o conhecimento específico de cada um de seus pontos (LÉVY, 1999).

Não se trata somente de um grupo criar e ter acesso a um grande banco de dados, mas de poder acionar determinada competência de um ponto específico em prol da solução de alguma necessidade específica do grupo, ou seja, um processo em constante ebulição e transformação à medida que surgem novas necessidades. A inteligência coletiva demonstra

³¹ O jogo foi lançado inicialmente para o console *Dreamcast* e depois ganhou outras versões atualizadas para *PC* (*Phantasy Star Online Blue Burst*) e para o console *GameCube* (*Phantasy Star Online Episode I & II*).

um caráter político e filosófico de compartilhamento e busca pela colaboração, que valoriza a horizontalidade da distribuição da informação e as contribuições de cada indivíduo da rede (LÉVY, 1999).

Outra afirmação de Lévy (1999, p. 105) descreve alguns aspectos que apontam para o potencial comunicacional de ambientes como os *MMOs*.

Cada jogador contribui para construir o universo no qual participa sob o aspecto do “personagem” que ele encarna. Deslocando-se em um universo fictício, os jogadores ficam mais ou menos “próximos” uns dos outros e só interagem quando estão no mesmo “lugar” virtual. Temos aí um bom exemplo de comunicação por meio da construção cooperativa de um mundo, recorrendo evidentemente ao dispositivo “todos-todos”.

O filósofo francês especifica que a relação dos participantes da comunicação através dos “dispositivos comunicacionais” pode variar entre os modelos um – um (telefone, por exemplo), um – todos (TV e rádio) e todos – todos (caso dos *MMOs*). Ou seja, o autor sugere que ambientes como os mundos virtuais de *MMOs* possibilitam uma forma complexa de comunicação baseada na horizontalidade e colaboração entre os usuários³².

É importante destacar essa questão, porque a capacidade de representação de um mundo virtual se torna mais complexa à medida que se pode interagir com outras pessoas (obviamente, dotadas de gostos, costumes, culturas diferentes, ações e comportamentos próprios), não apenas com personagens controlados pelo computador (MACHADO, 2007). Após esse breve histórico sobre o desenvolvimento do jogo digital como mídia e questões relacionadas, passaremos para um conceito-chave no contexto dos jogos: o de representação.

1.2 Representação e construção de sentidos

O termo “representação” tem inúmeros significados. Como em outras palavras, muitos sentidos se estabelecem ao longo da história, para várias situações, como explica Assis (2008,

³² Existem diferentes tipos de jogos *on-line* categorizados com a sigla *MMO*: 1) *MMO First Player Shooter*, ou seja, jogos de tiro em primeira pessoa para milhares de participantes. São jogos em o jogador tem o ponto de vista do personagem, sendo que a visão do mesmo é mais limitada, porém, favorece a imersão no personagem (ROGERS, 2010); 2) *MMO Real Time Strategy*, são jogos de estratégia em que a ação ocorre ininterruptamente, ou seja, o jogador não tem um tempo em turnos para pensar, deve-se pensar estrategicamente nas ações ao mesmo tempo em que as executa. São jogos com o foco geralmente em desenvolver uma civilização, explorando, expandindo, dominando territórios e outras civilizações (ROGERS, 2010); 3) *MO Battle Arena*, um gênero que faz referência direta aos jogos de estratégia em tempo real, entretanto o jogador controla apenas um personagem em um campo de batalha contra outros jogadores ou contra personagens controlados por computador. O campo de batalha comumente possui a mesma formatação nesse tipo de jogo: Duas bases, uma aliada e outra inimiga, sendo necessário defender a primeira e destruir a segunda, vence quem destruir a base do adversário; 4) *MMO Turn Based Strategy*, são jogos estratégicos que ocorrem em turnos, ou seja, cada jogador só pode atuar em seu próprio turno, tendo um tempo específico para pensar em qual ação executar (ROGERS, 2010). Esses jogos geralmente dividem a demanda de jogadores por salas onde ocorrem as batalhas, mas, como permitem a qualquer jogador interagir com outros jogadores, podem ser considerados como *MMO*, já que milhares de pessoas podem estar *on-line* no servidor do jogo; e 5) *MMORPGs*, estes últimos são ambientes em que a “versatilidade e volatilidade já insinuada nos *MMOs* intensifica-se” (SANTAELLA, 2007, p.417). Em outras palavras, são exemplos máximos da complexidade dos jogos *on-line* para milhares de jogadores.

p.8): “O léxico de uma língua vive em ebulição, renovando-se constantemente. O ciclo das lexias é rotativo: surgem palavras, palavras se acomodam, ou mudam de significado; há neologismos, empréstimos etc.”. Com o conceito de “jogo”, por exemplo, ocorre o mesmo, Huizinga (2008), já citado, realiza uma grande discussão a respeito de seus significados em diferentes idiomas e culturas.

Acerca do vocábulo representação, os trabalhos de Jodelet (1989), Makowiecky (2003) e Pitkin (2006) apresentam grandes levantamentos a respeito do termo e de seu desenvolvimento etimológico, assim como seus significados em diferentes contextos. É importante frisar que esse apanhado histórico foge ao escopo deste trabalho, já que o foco está nas formas de representação nos jogos digitais. Serão discutidas, brevemente, algumas abordagens particularmente interessantes que demonstram a relação entre o conceito de representação e os jogos, além de aspectos que serão válidos para as futuras reflexões nesta pesquisa.

Segundo Makowiecky (2003), a palavra representação vem do termo em latim *repraesentare*, que significa fazer presente ou apresentar novamente. Pode referir-se a fazer presente alguém ou algum objeto que esteja ausente, assim como apresentar uma ideia através de alguma coisa. Segundo Pitkin (2006), o termo *repraesentare* pode sugerir inúmeras formas de tornar algo presente, entretanto, como o autor demonstra no final de sua citação, o termo não está relacionado a pessoas representando outras.

Pode significar torná-los literalmente presentes, trazê-los à presença de alguém. Também pode significar apresentar-se à corte em resposta a uma convocação; literalmente, tornar-se presente. Pode significar também tornar presente uma abstração em um objeto, ou por meio dele, como ocorre quando uma virtude parece encarnada na imagem de certo rosto. E pode significar a substituição de um objeto por outro – em vez do outro –, ou a antecipação de um evento, trazendo-o para o presente. Pode significar “desempenhar imediatamente” e mesmo “pagar em dinheiro”. Não tem a menor relação com pessoas representando outras pessoas, ou com o Estado romano (PITKIN, 2006, p. 17).

Outro termo que pode ser atribuído ao conceito de representação é *repraesentationis*, também do latim, que significa imagem ou reprodução de alguma coisa (SOARES, 2007). Para este autor (2007, p. 2), na sua etimologia, a palavra representação já demonstrava um caráter de imitação ou de retratação de algo, de algum processo, evento ou objeto.

A raiz semântica do termo “representação” já sugere a ideia de uma re-apresentação, sugerindo uma semelhança, figurativa (imagem), ou uma correspondência estrutural (diagrama), ou processual (narrativa ou encenação), que busca a re-presentificação do objeto, pela sua evocação ou simulação. Nesse sentido, todo signo icônico figurativo, por exemplo, é, literalmente, mimético, como a representação pictórica,

plástica (embora mímese não signifique fidelidade, mas, apenas alguma semelhança ou correspondência formal).

Para Makowiecky (2003, p. 4), há algo em comum em diferentes atribuições ao termo representação, “[...] é um processo pelo qual institui-se um representante que, em certo contexto limitado, tomará o lugar de quem o representa”. É interessante frisar que quando há algo que busca representar outro, não necessariamente o faz de forma a imitar perfeitamente o objeto representado, mas podendo ser através de atribuição de sentidos que buscam retratá-lo, podendo ou não se mostrar semelhantes. A autora ressalta que a representação é um produto de interação entre as pessoas, não é algo criado somente da objetivação do imaginário.

Ao estudarmos representações, ao nos centrarmos nas representações do mundo, deslocamento cada vez mais possível, é importante levarmos em conta que estas representações são produtos de mentes individuais, mas, especialmente, em grande escala, são produtos de tradições culturais também. Isso parece óbvio, mas precisa sempre ser dito e reforçado (MAKOWIECKY, 2003, p. 20).

Hall (2003) oferece uma contribuição importante para os estudos da comunicação a respeito do conceito de representação, articulando-o como uma forma de dar sentido ao mundo, portanto um processo discursivo, com dimensões políticas, ideológicas e sociais. O autor busca compreender o caminho que se percorre para a constituição dos significados a partir das representações.

Para Hall (2003), a representação pode ser entendida como um sistema que produz significações a partir da articulação entre os pensamentos subjetivos - que proveem significado às coisas do mundo a partir da criação de mapas mentais - e a linguagem, que funciona como mediador do processo comunicativo, sendo utilizada para organizar e traduzir tais mapas mentais em formas de signos compreensíveis por outros sujeitos (HALL, 2003, 2005).

Para elucidar a proposta do autor, é interessante pensar em exemplos práticos. Ao imaginar uma montanha, o sujeito inicia um processo de construção mental da mesma, levando em consideração os estímulos sensoriais experimentados, aspectos visuais e materiais que formam, em sua mente, uma imagem representativa de uma montanha. Para complementar o processo de representação e para que seja possível comunicar para alguém sobre a montanha, entretanto, é necessária a linguagem, em que a palavra “montanha”, por exemplo, funciona como um dispositivo, um signo que aciona diferentes significados que cada indivíduo tem em sua mente como elementos representativos de uma montanha. Estabelece-se, assim, uma convenção social de que a palavra representa, de fato, seu correspondente material, embora haja sempre variáveis específicas sobre esta (altura, cor,

formação rochosa ou textura). Ou seja, os atores em suas práticas de representação, através da criação de mapas mentais e uso da linguagem, dão sentido ao mundo material e não este por si mesmo (HALL, 2003). Em suma, o autor enaltece a importância do mundo material como mediador de toda a experiência humana, entretanto, ele não é o portador dos sentidos, é também através da linguagem que se produz sentidos sobre o mundo (MONTEIRO, 2010).

Hall (2005, p. 40), portanto, reconhece o caráter social da linguagem, em que os sujeitos interagem através das regras e institucionalizações da mesma para representar algo e construir sentido.

Nós podemos utilizar a língua para produzir significados apenas nos posicionando no interior das regras da língua e dos sistemas de significado de nossa cultura. A língua é um sistema social e não um sistema individual. Ela preexiste a nós. Não podemos, em qualquer sentido simples, ser seus autores. Falar uma língua não significa apenas expressar nossos pensamentos mais interiores e originais; significa também ativar a imensa gama de significados que já estão embutidos em nossa língua e em nossos sistemas culturais.

Considerando a importância das mediações culturais e do caráter social da língua, Hall (2003; 2005) afirma que, por conta disso, não se pode pensar o significado de maneira fixa. Os sentidos são multirreferenciais e possuem várias camadas – ideológicas e políticas, por exemplo – que possibilitam inúmeras leituras, interpretações e, conseqüentemente, construção de outros significados. Não há uma fórmula que permita determinar o significado em um estado final, é um processo em constante movimento (HALL, 2003).

A discussão de Hall sobre as representações mostra-se relacionável com a noção de representação social estudada por Jodelet (1989). A autora demonstra como as representações circulam na sociedade e vão carregando sentidos que são, inclusive, formas de ver a realidade cotidiana e criar conflitos, relações de poder, estereótipos e até determinar ações de instituições e grupos de indivíduos. Em uma de suas falas, a autora aponta para esse processo.

As instâncias e ligações institucionais, as redes de comunicação midiáticas ou informais intervêm em sua elaboração, abrindo a via dos processos de influência, às vezes de manipulação social — e veremos que se trata aí de fatores determinantes na construção representativa. Essas representações formam um sistema e dão lugar a “teorias” espontâneas, versões da realidade que encarnam as imagens ou condensam as palavras, ambas carregadas de significações — e veremos que se trata de estados que o estudo científico das representações sociais apreende. Enfim, através dessas diversas significações, as representações exprimem aqueles (indivíduos ou grupos) que os forjam e dão do objeto que representam uma definição específica. Essas definições partilhadas pelos membros de um mesmo grupo constroem, para esse grupo, uma visão consensual da realidade. Esta visão, que pode entrar em conflito com a de outros grupos, é um guia para as ações e trocas cotidianas (JODELET, 1989, p. 4).

Para a autora, a comunicação, em diferentes instâncias, tem papel fundamental na produção, compartilhamento e transformação nos sentidos da representação. Ao se apropriar

das discussões realizadas por Moscovici (1978), Jodelet (1989) explica a importância da comunicação nos fenômenos representacionais:

Em primeiro lugar, aquela é o vetor da transmissão da linguagem e portadora de representações. Além disso, incide sobre os aspectos estruturais e formais do pensamento social, visto que engaja os processos de interação social, influência, consenso e dissenso e polêmica. Enfim, a comunicação concorre para forjar representações que, apoiadas numa energética social, são pertinentes à vida prática e afetiva dos grupos. Energética e pertinência sociais que consideram, ao lado do poder de desempenho das palavras e discursos, a força pela qual as representações inauguram as versões de realidade, comuns e partilhadas (JODELET, 1989, p. 13).

Através das reflexões dos autores citados acerca da linguagem, é possível afirmar que as representações são processos discursivos, resultados da interação com o mundo material, das articulações entre o imaginário e a linguagem e de uma prática constante e aberta de produção de sentidos através da interação social. Em outras palavras, os sentidos nas representações estão em constante circulação e mudança através da passagem da mesma, já que é possível uma gama imensa de interpretações possíveis de uma representação, que podem reverberar em diferentes situações, tempos e contextos, influenciando as de inúmeras maneiras.

1.3 As representações midiáticas

Como apontou Jodelet (1989), uma das instâncias comunicativas de suma importância para a construção e circulação de significados a partir das representações é a midiática. É importante mencionar que as mídias somente trabalham com a construção da representação sobre algum objeto através de uma linguagem específica. Nesse sentido, para Hall (2003), a base das representações midiáticas são exatamente as articulações (da linguagem sobre o real) que também carregam elementos significativos, e que, a partir de diferentes leituras, podem construir sentidos. Hall (2003, p. 390) faz considerações acerca da questão:

Antes que essa mensagem possa ter um “efeito” (qualquer que seja sua definição), satisfaça uma “necessidade” ou tenha um “uso”, deve primeiro ser apropriada como um discurso significativo e ser significativamente decodificada. É esse conjunto de significados decodificados que “tem um efeito”, influencia, entretém, instrui ou persuade, com consequências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas.

Nesse sentido, as representações midiáticas, quando decodificadas, podem resultar em diferentes práticas discursivas, assim como também são fruto de outras anteriores. “O que a mídia capta já é um universo discursivo” (HALL, 2003, p. 364). O que configura o campo da significação é exatamente a constante existência desses discursos, pois as pessoas se utilizam

invariavelmente destes para dar sentido ao mundo, já que a base de toda a sociedade é, segundo o autor, cultural e ideológica, econômica e política. Esse é um processo que nunca se estagna (HALL, 2003).

A afirmação anterior se mostra relacionada aos estudos de interação discursiva de Mikhail Bakhtin (1995), nos quais o autor aponta que todo discurso é fruto de interação social. Deve-se levar em consideração que todo contexto envolve uma enunciação³³, as múltiplas vozes presentes no texto ou os diferentes vínculos que relacionam uma obra a outras. Toda enunciação é uma criação única e produtora de novos significados (HALL, 2003), mas, estão presentes em seu interior diferentes elementos de outras enunciações (BAKHTIN, 1995; HALL, 2003).

A questão da ideologia³⁴ é outro ponto de afinidade, pois, de acordo com Bakhtin (1995), discursos sempre estão em processo de embate, afinal, são dotados de caráter ideológico. Cada discurso é uma parte integrante do que constitui uma discussão ideológica muito maior, pois sempre refuta ou corrobora com algo, busca respostas ou se apoia em outros discursos (BAKHTIN, 1995), além da relação estreita que a ideologia presente nas obras mantém com a ideologia do cotidiano presente.

É nisso que reside a vida da obra ideológica. Em cada época de sua existência histórica, a obra é levada a estabelecer contatos estreitos com a ideologia cambiante do cotidiano, a impregnar-se dela, a alimentar-se da seiva nova secretada. É apenas na medida em que a obra é capaz de viver nesta época (é claro, nos limites de um grupo social determinado). Rompido esse vínculo, ela cessa de existir, pois deixa de ser apreendida como ideologicamente significativa (BAKHTIN, 1995, p. 119).

Em suma, as representações – sobretudo as representações midiáticas – têm potencial para construir e fazer circular sentidos na sociedade, não se tratando unicamente da tentativa de reprodução fidedigna da “realidade”, mas, reproduzindo discursos e sentidos vigentes na sociedade, em alguns casos, buscando instituir a própria representação como “realidade”.

Em se tratando das representações midiáticas, é interessante pensar ainda que este processo envolve pelo menos dois aspectos importantes citados anteriormente e que serão abordados neste momento: a) as características de cada mídia que funcionam como dispositivos reguladores na construção de sentido e, portanto, é linguagem mediadora desse

³³ Segundo Bakhtin (1995), a enunciação – ato da fala, ação de produzir enunciados mediante a linguagem em dada situação comunicativa – é fruto de interação, nunca uma ação individual. Para o autor, a enunciação é de natureza social, pois está sempre relacionada às estruturas sociais que a conformam a partir de seu interior, condicionando ainda que parcialmente, a subjetividade dos sujeitos. Em suma, para Bakhtin (1995), é exatamente por seu caráter social que as enunciações estão sempre em movimento, em embate, refutando ou corroborando com algo e construindo relações entre os sujeitos.

³⁴ “Marilena Chauí observa que a ideologia organiza-se como um sistema lógico e coerente de representações (ideias e valores) e de normas ou regras (de conduta)” (CHAUÍ, 1984, p.113 apud COSTA, 2006).

processo; b) a capacidade de reprodução dos sentidos vigentes na sociedade, de modo que podem circular em diferentes circuitos midiáticos, atravessando diversas ambiências e adaptando-se a elas.

Em relação à primeira questão, Hall (2003), em seu artigo “Codificação/Decodificação”, buscou trabalhar os dois conceitos objetivando a possibilidade de análise da prática específica de fazer televisão, tratando especificamente dos diferentes processos e elementos desta produção midiática que possibilitam a construção de sentido na esfera da recepção (por exemplo, as relações de produção, infraestrutura técnica, questões ideológicas, políticas e econômicas).

Apesar de o próprio autor indicar as limitações de sua proposta (relacionada à televisão) e, conseqüentemente, concluir que a mesma necessitaria de atualizações para situações midiáticas específicas, o estudo foi de grande contribuição para se pensar estudos analíticos do processo de construção de sentido nas mídias. O autor explicita que, ao se representar algo através do discurso mediado por dispositivos técnicos de enunciação, dado acontecimento ou elemento adentra no campo da linguagem específica de determinada mídia. No caso da televisão, que foi objeto de estudo do autor, predominantemente através das formas visuais e auditivas.

Essa reflexão dá a oportunidade de se pensar também na mudança de dispositivos acionados para a construção de sentido nas diferentes interações discursivas midiáticas. Modificando a mídia, os elementos que auxiliam no processo de representação e que mediam a interação discursiva também mudam. Com isso, provocam novas possibilidades de constituir sentidos, mas, também, necessitariam de adaptações em modelos analíticos como sugeriu Hall (2003).

As mídias não simplesmente automatizam os componentes do quadro enunciativo (GOFFMAN, 2012), mas oferecem outras possibilidades de sentidos, inclusive, determinando novas regras e institucionalizações na interação discursiva (RODRIGUES, 2011). Desse modo, a linguagem das mídias funcionaria como mediador no processo de construção de sentido. Se em uma interação face a face, por exemplo, as linguagens verbais e não verbais seriam mediadoras da interação, no caso de uma conversa por teleconferência através de um computador conectado à internet, outros elementos estariam dispostos e funcionariam como mediadores, sendo, portanto, observáveis como parte da negociação na construção dos sentidos.

Já no caso das interações mediáticas, esta negociação é regulada e realizada de antemão pelo funcionamento do próprio dispositivo mediático. Assim, nas

interações telefônicas, é o toque da campainha do aparelho que compete assegurar esta função. É certo que o telefone toca porque alguém digitou o número ao correspondente, mas é ao dispositivo telefônico que compete assegurar que este gesto inicie efetivamente a abertura da interação telefônica, intimando o interlocutor a responder. Como podemos facilmente observar, cada um dos dispositivos midiáticos possui seus próprios recursos para a regulação e para a realização da iniciativa da interação verbal, fixando de antemão o momento, o lugar e o papel de cada um dos interlocutores na cena discursiva (RODRIGUES, 2011, p. 266).

A necessidade de atualização apontada por Hall mais acima, se dá também devido a complexidade em que se configura a relação da sociedade com as mídias na contemporaneidade, tornando-se cada vez mais intensa e difícil de delimitar a cada novo dispositivo criado e acionado socialmente (BRAGA, 2012).

É importante perceber que mídias centralizadoras e unidirecionais não têm mais papel onipresente na organização do acesso à informação na sociedade. O foco está também na ação dos sujeitos em interagir a partir da mediação dessas tecnologias. A sociedade busca interação com a própria sociedade. Mesmo tratando-se de modelos de mídias unidirecionais e distantes, as pessoas tentam se organizar de forma horizontal para falar sobre determinado assunto seja através de outros ambientes midiáticos ou não (BRAGA, 2012).

Para exemplificar, têm-se programas de TV que existem para além da esfera de sua veiculação, pois, mesmo antes de seu início ou após seu término, sujeitos buscam conversar sobre o programa na mesa de jantar em suas casas, criar conteúdo na *web*, postar comentários e vídeos em mídias sociais ou participar de comunidades *on-line* sobre o programa. Talvez esteja aí a grande capacidade comunicativa da sociedade contemporânea: a descentralização de ações e a diversidade das práticas (BRAGA, 2012).

Segundo Braga (2012), o que caracteriza fortemente a riqueza comunicacional nessa sociedade atual é a criação de circuitos. Desta forma, não se trata da sociedade de um modo geral receber o estímulo inicial da mídia e responder tal qual um modelo de falas e respostas, mas sim o que a própria sociedade faz “seguir adiante” em um fluxo contínuo, um “fluxo adiante” com diferentes sentidos, interpretações e transformações, como mencionado anteriormente no exemplo dos programas de TV.

Na configuração atual da sociedade como sugere Braga (2012), fica mais evidente a limitação de se pensar em esferas como produção e recepção. Aqueles que seriam simplesmente receptores ou produtores, na verdade, caracterizam-se como interlocutores ou interatores nesse processo, em uma organização muito mais horizontal, aberta e em rede. Assim, os sentidos circulam facilmente na sociedade e em diferentes ambiências midiáticas, principalmente devido à facilidade de uso e apropriação das tecnologias por parte dos sujeitos

(com a possibilidade de criarem suas próprias representações midiáticas) e, igualmente, pelo constante surgimento de novas tecnologias que se adaptam rapidamente à realidade comunicativa da sociedade.

Esse nos parece ser o caso dos jogos digitais, não por ser uma mídia “nova”, já que possui pelo menos 50 anos de desenvolvimento, mas, pela complexidade de formas híbridas que surgem a cada momento, com novas possibilidades de representação e interação entre aqueles que jogam. Isso ocorre, em parte, devido às transformações tecnológicas e narrativas constantes, mas, também, pela própria forma como a sociedade se organiza comunicacionalmente, fazendo da experiência de jogar uma prática rizomática, envolvendo uma verdadeira ecologia midiática.

Após essa breve discussão a respeito da prática da representação e da construção de sentidos, inclusive no que diz respeito às representações midiáticas, será abordado no próximo tópico a relação dos jogos com as práticas de representação, visando discutir como esse processo está em constante presença na atividade do jogo.

1.4 A Representação nos jogos

O conceito de representação tratado anteriormente é de suma importância para que se entenda o funcionamento de um jogo, busca-se discutir aqui que todo jogo tem como “aspecto base”, a representação, e está - como é a própria vida humana de maneira geral - em constante diálogo com o mundo das significações, do imaginário, da subjetividade.

Huizinga (2008), já citado anteriormente, buscou, em sua obra antológica *Homo Ludens*³⁵, dar maior atenção ao conceito de jogo em uma época com poucos registros de desenvolvimento acerca do tema. Segundo o autor, diferentes atividades culturais humanas, desde a filosofia, a constituição da linguagem, artes plásticas, esportes, danças ou rituais religiosos possuíam caráter lúdico, assim como as brincadeiras mais descompromissadas de crianças movidas por um sentimento de alegria e divertimento. Huizinga (2008) considerava, portanto, grande parte das atividades humanas movidas sob o signo do jogo.

Na sua definição de jogo, já mencionada, Huizinga (2008) assume a criação de um espaço representacional no qual o jogo se manifesta:

O jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados **limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias**, dotado de um fim em si mesmo,

³⁵ Primeira publicação em 1938.

acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma **consciência de ser diferente da vida cotidiana** (HUIZINGA, 2008, p. 33, grifo nosso).

Esse espaço representacional é um elemento fundamental na obra de Huizinga (2008), um *circulo mágico*, demonstrando que o jogo ocorre em um espaço fictício diferente da realidade cotidiana, mas que se pode interpretar como uma continuidade da mesma, na qual o jogador sabe exatamente que está jogando, mas representa um personagem em outra realidade. Em outras palavras, é uma espécie de “faz de conta” no qual um jogador sabe, a princípio, distingui-lo do mundo cotidiano concreto.

É relevante mencionar que este mundo fictício determinado pelo “círculo mágico” é diretamente atrelado às regras do jogo para existir, pois, deve-se seguir as regras propostas para que esse ambiente exista, caso contrário, o jogo acaba. Ainda que o mundo imaginário seja criado ao redor de inúmeros elementos físicos (um jogo de xadrez, por exemplo, no qual os jogadores têm de manipular as peças), significados especiais são atribuídos a objetos e comportamentos, criando uma nova realidade suportada pelas regras e pelos jogadores que as aceitam e que, portanto, habitam esse espaço virtual (SALEN; ZIMMERMAN, 2004). Para Huizinga (2008), o espaço do jogo pode ser delimitado espontaneamente ou através de deliberações, assim como pode ser material ou imaginário.

Um exemplo prático desse conceito pode ser conferido através das regras básicas de um jogo de futebol (figura 22). A partir do momento que objetos como a bola e as traves assumem determinado significado condizente com as regras do jogo de futebol - a saber, chutar a bola por entre as traves resulta em um gol -, um ambiente ficcional ainda que implícito surge naquele momento, no qual uma simples ação como jogar a bola por entre as traves resulta em uma ação significativa. Caso seja difícil o entendimento da existência e importância do círculo mágico do jogo, basta interromper uma partida de futebol, invadindo o campo e chutando a bola para longe para entender a sacralização e importância do círculo mágico. Acredita-se ser nesse sentido que Huizinga (2008) assume os rituais sagrados como uma atividade essencialmente lúdica.

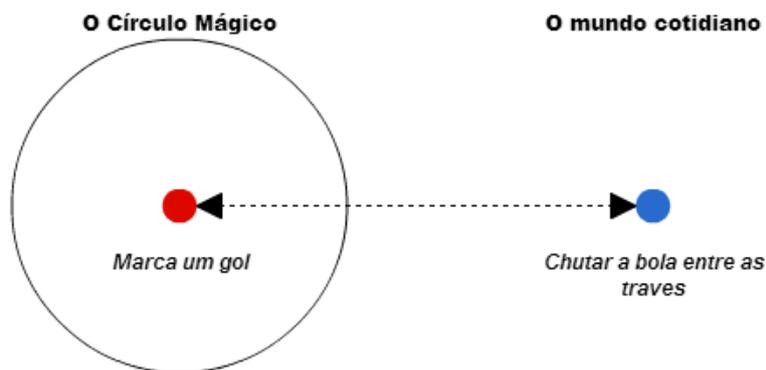


Figura 22 - O círculo mágico (adaptação)

Fonte da imagem original: <http://vincevader.net/blog/magiccircle01.jpg>

Outras definições do conceito de jogo também dão importância específica ao “espaço de representação” ou “mundo fictício” apontado por Huizinga (2008) como elemento que circunscreve a atividade de jogar, como aparece no quadro abaixo (tabela 1). Buscou-se criar um quadro semelhante ao proposto no trabalho de Juul (2003), entretanto, com definições que fazem referência à questão da criação de um espaço imaginário que circunscreve o jogo.

| Fonte | Definição |
|--|---|
| Roger Caillois, 2010. | [...] Uma atividade que é essencialmente: livre (voluntária), separada [no tempo e no espaço] , incerta, improdutiva, governada por regras, faz de conta. |
| Chris Crawford, 1982. | Eu percebo quatro fatores comuns: representação [“ um sistema fechado formal que representa subjetivamente um subconjunto da realidade ”], a interação, conflito e segurança [“os resultados de um jogo são sempre menos severos do que as situações modeladas pelo jogo”]. |
| Katie Salen & Eric Zimmerman, 2004. | Um jogo é um sistema em que os jogadores se envolvem em um conflito artificial, definido por regras , que resulta em um resultado quantificável. |

Tabela 1 – Definições de jogo – grifo e tradução nossa

Huizinga (2008) explica que este espaço possibilita ao jogador se transportar do mundo físico ao mundo imaginário do jogo e tornar-se outro, com atitudes e ações diferentes. No momento do jogo, os acontecimentos, as regras do mundo cotidiano e a personalidade do indivíduo podem perder a validade, dando lugar a um personagem que pode ser totalmente diferente do que o indivíduo se mostra. Caillois (2010) propõe uma categoria específica de jogos voltados para a interpretação de um personagem, *mimicry*, entretanto, como o próprio autor revela em sua obra, essa categoria, assim como as outras propostas³⁶ acabam por se misturar quando os jogos se tornam mais complexos.

Em suma, pode-se afirmar que os jogos, independentemente de quais tipos³⁷, promovem a criação de um ambiente imaginário (“círculo mágico”), em alguns casos mais

³⁶ Ver Caillois (2010).

³⁷ Chris Crawford (1982) afirma que muitos tipos surgem e se diversificam ao longo do tempo, entretanto, é possível enquadrar cinco formatos principais: jogos de tabuleiro; de cartas; atléticos (esportes); infantis (pode-se caracterizá-los como

aparente a quem observa e em outros menos, mas, totalmente baseado na representação e no contato com o jogador ou jogadores que aceitam suas regras e mergulham nesse mundo fictício assumindo sua posição de “bonecos” temporariamente (McLUHAN, 1964). Em outras palavras, o ambiente específico criado pelo jogo funciona através da representação no sentido de criar um mundo imaginário, mas também de possibilitar aos jogadores representarem personagens, no sentido da dramatização e teatralização da figura do “eu”, demonstrando a existência permanente do espírito lúdico da *mimicry*, proposta por Caillois (2010). McLuhan (1964) afirma que, no momento da brincadeira e do jogo, liberta-se a individualidade integralmente, pois ele considera que, no mundo profissional do cotidiano, objetiva-se apenas uma parcela do ser.

Portanto, a partir dessas reflexões, percebe-se que os sentidos estabelecidos a partir do jogo demonstram relação direta com a criação dos chamados *mundos virtuais*. Ou seja, o que eclode a partir do momento que um jogo é acionado nada mais é do que um *mundo virtual*, um ambiente totalmente baseado na significação e mantido pelas suas regras e cumprimento das mesmas por parte dos jogadores. Para Lévy (1999, p.72),

Um mundo virtual pode simular fielmente o mundo real, mas de acordo com escalas imensas ou minúsculas. Pode permitir ao explorador que construa uma imagem virtual muito diferente de sua aparência física cotidiana. Pode simular ambientes físicos imaginários ou hipotéticos, submetidos a leis diferentes daquelas que governam o mundo comum. Pode, finalmente, simular espaços não-físicos, do tipo simbólico ou cartográfico, que permitam a comunicação por meio de um universo de signos compartilhados.

Essa noção é importante principalmente a respeito dos jogos digitais, que são, exatamente, *mundos virtuais* (LÉVY, 1999) e tudo que compõe e existe nestes mundos imaginários são representações. Ora, se a subjetividade e o mundo material são representados pelos sujeitos através da mediação da linguagem, no caso dos jogos digitais, parte componente da linguagem que constitui as representações é exatamente o seu *mundo virtual*, pois é através desse mundo que o jogo expressa e constrói sentidos.

Para que fique clara a reflexão, será discutida brevemente a noção de virtualidade. Segundo Lévy (1999), a palavra virtual (do latim medieval *virtualis*) é muitas vezes utilizada no uso corrente como significando o oposto do real, ou seja, a irrealidade, enquanto que o real seria aquilo que existe de fato. Entretanto, filosoficamente, o termo virtual refere-se à outra instância da realidade, relacionada à esfera da significação - quando alguém fala, o som da voz e a vibração do som faz parte da instância física ou *atual*, enquanto o significado daquilo

as brincadeiras) e jogos digitais. Santaella (2007) sugere que estes formatos convivem entre si na sociedade mobilizando milhões de pessoas, mas, os jogos que caracterizam a contemporaneidade são os digitais, os *games*.

que foi dito é *virtual* – ou seja, existe, é real, mas em uma esfera intangível, que não pode ser tocada (LÉVY, 2013). Nesse sentido, o *atual* seria o que existe na sua materialidade. No mesmo sentido, Machado (2007, p. 235) afirma: “Na verdade, o virtual se opõe ao atual, mas não ao real, pois se o virtual existe, ele também é real”.

Castells (1999) também discute acerca da virtualidade afirmando que se vive sob o sentido do virtual muito antes de qualquer tipo de tecnologia computacional. Pessoas sempre se relacionaram diretamente com mundos simbólicos (que podem ser considerados virtuais) e toda a experiência humana está ligada à esfera do virtual.

Todas as realidades são comunicadas por intermédio de símbolos. E na comunicação interativa humana, independentemente do meio, todos os símbolos são, de certa forma, deslocados em relação ao sentido semântico que lhes são atribuídos. De certo modo, toda realidade é percebida de maneira virtual (CASTELLS, 1999, p. 459).

Uma forma interessante de explicar a questão do virtual, em se tratando de tecnologias contemporâneas, foi elaborada por Steur (1992), definindo *presença* e *telepresença*. De acordo com Steuer (1992), a *presença* pode ser entendida basicamente como a experiência de estar cercado por um ambiente físico, ou, em outras palavras, perceber, através de estímulos sensoriais, que se está em um lugar natural e que se existe fisicamente. Quando a percepção ocorre através da mediação de uma tecnologia comunicacional, identificam-se dois ambientes separados, um físico, em que se está presente, e o outro que é aquele apresentado pela mídia. A experiência, em que o sujeito se vê também presente em um ambiente mediado por um meio de comunicação, pode ser entendida, portanto, como *telepresença*. O *videogame*, segundo Steuer (1992), é o principal exemplo.

Pensar a *telepresença* tem como foco observar a relação na qual o indivíduo é interator em um ambiente mediado por um meio de comunicação, de modo que esse lugar é criado e possibilita uma experiência mais complexa do que uma simples transmissão de informação (STEUER, 1992). O autor repreende pensar os meios de comunicação apenas como condutores de informação e o processo comunicativo somente como transmissão de informação de um emissor para o receptor.

Assim, pode-se pensar acerca da *realidade virtual* “[...] definida como um ambiente real ou simulado no qual um observador experimenta a *telepresença*³⁸” (STEUER, 1992, p. 7). Segundo o autor, diversas mídias podem despertar a sensação de telepresença, o telefone cria uma realidade virtual na qual um indivíduo tem a sensação da presença no mesmo ambiente do interlocutor que está do outro lado da linha (STEUER, 1992; LÉVY, 1999). Nesse caso, ao ouvir a voz do outro, evoca-se o sentimento de telepresença (STEUER, 1992).

³⁸ Tradução livre: “(...) is defined as a real or simulated environment in which a perceiver experiences a telepresence”.

Percebe-se que a definição de realidade virtual não está atrelada à questão da qualidade tecnológica de uma mídia e a sensação de telepresença em um ambiente virtual pode variar através dos meios em diferentes escalas.

Como mencionado anteriormente, o “círculo mágico” proposto por Huizinga (2008) é uma forma de manifestação de uma realidade virtual que eclode no momento que o jogo é iniciado. No caso dos jogos digitais, esse ambiente se apresenta de forma mais explícita, através da tela em que o jogador pode visualizar o espaço e interagir com ele através de um personagem imerso naquele ambiente (LÉVY, 1999). Como sugere Luz (2010), toda mídia tem uma característica principal que a identifica, no caso dos jogos digitais é interatividade, a possibilidade de intervir naquele ambiente representativo criado.

Através de uma análise acerca da capacidade de intervenção do usuário no uso de uma mídia e da competência em estimular os sentidos, Steur (1992) considera os *games* como mídias que assumem uma alta posição nessa escala³⁹. Cabe afirmar que o processo de imersão em contato com uma mídia depende de muitos elementos que compõem tanto as características da mídia quanto aspectos referentes ao usuário. Em outras palavras, é possível mergulhar muito mais profundamente em uma narrativa textual de um livro do que em um mundo ficcional de um *game* (algumas obras literárias, por exemplo, podem despertar o imaginário através de detalhadíssimas descrições de cenários, personagens, objetos, além da própria qualidade da narrativa), entretanto, é importante considerar que os jogos digitais apresentam inúmeros elementos que possibilitam uma experiência de imersão diferenciada em relação a outras mídias existentes no que diz respeito à capacidade de intervenção no conteúdo.

Segundo Aarseth (1997), os jogos digitais podem ser considerados como *cibertextos*, ou seja, possuem a materialidade diferente do texto tradicional, pois sua mecânica exige um novo tipo de esforço do leitor, para além da leitura como em textos comuns. Este processo, o autor chama de leitura *ergódica*, do inglês *ergodic*⁴⁰. Aarseth (1997) explica algumas variáveis desses textos que seguem uma lógica não linear, diferentemente do que ocorre com a leitura tradicional quando se lê um livro. A continuidade da narrativa, no caso de um *game*, pode não seguir sequências determinadas, podendo ter elementos repetitivos e dinâmicos, além de permitir o manuseio de objetos, ou seja, além da função interpretativa, requer do leitor a exploração do mundo ficcional.

³⁹ Ver Steur (1992, p. 19).

⁴⁰ Segundo Aarseth (1997) a palavra é oriunda dos termos gregos “*ergon*” e “*hodos*”, que significam respectivamente, trabalho e caminho.

Esse é um ponto importante também apontado por Jenkins (2005), quando explica que a forma como o jogador interage com a narrativa presente nos *games* se dá de maneira diferenciada, pois essa narrativa pode ser considerada espacial.

[...] São histórias que respondem a princípios estéticos alternativos, privilegiando a exploração espacial ao longo do desenvolvimento da trama. Histórias espaciais são mantidas juntamente por objetivos e conflitos amplamente definidos e seguidas adiante pelo movimento do personagem através do mapa [...] A organização do enredo torna-se uma questão de projetar a geografia de mundos imaginários, para que os obstáculos frustrem e affordances⁴¹ facilitem o movimento adiante do protagonista para resolução⁴².

Jenkins (2005) sugere que *game designers* são muito mais arquitetos de mundos do que contadores de histórias, pois, os jogos digitais exigem a construção de um mundo ficcional rico em detalhes e a história está diretamente relacionada com o espaço explorado pelo jogador. Diferentemente de assistir a um filme ou ler um livro, o jogador interage (através de um personagem, por exemplo) com o mundo ficcional no *game*, com seus espaços, cenários e objetos (JENKINS, 2005).

No mesmo enfoque, Machado (2007) considera que a relação do usuário com a mídia *videogame* é diferente devido à exigência da intervenção do usuário no mundo virtual do jogo. Essa afirmação parece referenciar a proposta do agenciamento que sugere Murray (1997), no qual o usuário tem a sensação de que uma ação importante ocorreu a partir de sua tomada de decisão.

No videogame, a intervenção do interator é uma exigência do sistema e sem ela não há acontecimento possível, enquanto narrativas, digamos assim, passivas, o espectador ou leitor deve deixar os eventos seguirem seu rumo predeterminado e toda a ação que se requer deles está restrita ao plano psicológico ou mental (interpretação, projeção, identificação com as personagens etc.) [MACHADO, 2007, p. 212].

Partindo do que foi proposto, entende-se que a capacidade de representação de um jogo digital está diretamente relacionada ao seu mundo virtual, os elementos que o constituem, mas também à intervenção do jogador, já que como sugere Lévy (1999), o usuário intervém diretamente naquele ambiente, modificando-o. Ou seja, um jogo digital comporta um mundo de representação, no qual os sentidos se expressam através dos elementos que o compõem e através da interação do usuário.

⁴¹ Pode-se definir como a qualidade ou competência de um objeto de permitir ou mesmo indicar uma determinada ação. Se em uma fase de um jogo há um botão com uma interrogação desenhada, logo, este botão pode ser acionado e algo inesperado poderá acontecer.

⁴² Tradução nossa para “[...] *they are stories which respond to alternative aesthetic principles, privileging spatial exploration over plot development. Spatial stories are held together by broadly defined goals and conflicts and pushed forward by character’s movement across the map [...] The organization of the plot becomes a matter of designing the geography of imaginary worlds, so that obstacles thwart and affordances facilitate the protagonist’s forward movement towards resolution*”.

Nesse aspecto, pode-se afirmar que as capacidades representativas e produtoras de sentido dos jogos digitais variam de acordo com dois pontos centrais: a) A complexidade do mundo virtual arquitetado, assim como tudo que compõe este mundo; b) As possibilidades de intervenção oferecidas ao jogador, afinal, quanto mais oportunidades o jogo permite (considerando aspectos físicos e gráficos do *game*) para o jogador explorar o mundo, maior é a interação significativa.

No próximo tópico, tendo em conta os objetivos da dissertação, serão apresentadas as possibilidades metodológicas de análise das representações, a partir das contribuições de alguns autores importantes.

1.5 Propostas metodológicas para análise de representações nos *games*

Como apresentado anteriormente, a representação nos jogos está relacionada à possibilidade do jogador entrar em contato com um mundo virtual no qual é possível explorar e interagir com inúmeros elementos através de um personagem. Segundo Bogost (2007; 2008) é a partir da interação do jogador com o ambiente virtual do jogo que inúmeros sentidos existentes - nas representações – ficam evidentes. Para o autor, é por este motivo que a capacidade dos jogos de representar algo é diferente em relação a outras mídias, pois o conteúdo vai se mostrando ao jogador exigindo sua intervenção, processo também evidenciado por Aarseth (1997), Murray (1997) e Jenkins (2005).

Os jogos digitais podem criar espaços de representação tanto de mundos fictícios (mundos de fantasia ou de ficção científica com criaturas e ambientes fantásticos), como do mundo material em que se vive, assim como o que existe nele, como cidades, países, catástrofes naturais, guerras, crimes, violência, casamentos, paisagens naturais, pessoas e suas condutas e comportamentos. Essas representações estão diretamente ligadas à narrativa proposta ao jogo e suas regras. Assim, só é possível encontrar o significado produzido pelos jogos através da exploração dessas representações, ou seja, jogando (BOGOST, 2008). Os *games* dão a possibilidade de interagir com mundos imaginários, mas também de criar novas perspectivas do próprio mundo em que se vive (BOGOST, 2007; 2008).

A grande possibilidade proposta pelo jogo digital é funcionar como uma espécie de mundo no qual se podem experimentar situações da vida fora do jogo como em um grande laboratório, em um ambiente controlado ou, como sugere Crawford (1982), em um ambiente seguro. Jogos não só demonstram a capacidade de fazer o jogador adentrar em outra realidade em uma experiência de entretenimento, mas também realizar reivindicações a respeito de

questões culturais, políticas, sociais ou aspectos materiais da cultura humana (BOGOST, 2008). Compreende-se, então, que *videogames* não são simplesmente ferramentas para entretenimento, embora isso seja o seu objetivo primordial. *Videogames* têm o poder para argumentar, persuadir e expressar ideias, desde que se saiba como jogá-los criticamente, para entender as possibilidades existentes por entre as regras e seu mundo representacional.

É importante frisar que nenhum jogo está livre de vieses de seus criadores, logo, contém seus sentidos e visões sobre o mundo, por vezes mais explícitos, outras vezes escondidos, entretanto, como afirma Machado (2007, p.155), os *games* são mídias que funcionam fundamentalmente pela lógica da escuta, pois o que é produzido deve ser pensado no sentido de como será a interação com o jogador, permitindo inúmeras possibilidades de ação e negociação com os sentidos ali propostos.

Diferentemente do cinema, nos jogos eletrônicos as personagens não têm um comportamento definido anteriormente. O videogame, na verdade, é um simulador de comportamentos: menos que contar uma história, o que ele deve fundamentalmente resolver é que decisões as suas personagens (e demais objetos virtuais do cenário) devem tomar diante de cada iniciativa do interator, ou, mais precisamente, que estratégias estão previstas para que personagens do computador possam responder inteligentemente às decisões dos jogadores.

Muito dos acontecimentos já estão predeterminados pela programação, mas são realizados, na maioria dos casos, por decisão do interator, e o programa deve estar preparado para realizar prontamente essas decisões e responder a elas (MACHADO, 2007). Diz-se, logo, que a grande competência dos jogos em relação à constituição de sentido é exatamente a sua capacidade de dispor um ambiente que é processual e participativo, permitindo a manipulação e exploração (BOGOST, 2007).

A partir dessas reflexões, Bogost (2007; 2008) propõe o que seria uma análise para essas representações nos jogos a partir de sua própria dinâmica de funcionamento. Trata-se do que o autor nomeia de *retórica processual*, do inglês *procedural rethoric* (BOGOST, 2007; 2008), um conceito que circunscreve uma forma de argumentação (dotada de sentidos políticos, ideológicos ou sociais) construída ao longo de processos executados simultaneamente entre jogador e jogo. Ou seja, a partir do momento que se representa algum motivo em um jogo, utiliza-se da capacidade retórica daquela mídia, que é exatamente a argumentação sobre algo a partir da intervenção direta do usuário sobre seu conteúdo, possibilitando uma interpretação e reflexão a partir da prática, da ação e da intervenção.

Para Bogost (2007; 2008), o *videogame* é o meio mais processual dentre os outros artefatos computacionais. Ele requer ação para completar sua representação. Ou seja, pode-se dizer que a representação e a construção de sentidos nos jogos só estarão completas a partir do

momento que o jogador vai interagindo, o significado não se constrói apenas pela representação proposta no jogo, é necessário interagir com ela para que aquilo realmente faça sentido.

A *retórica processual* serve para questionar, a partir da experiência em um mundo de representação, como algumas situações ocorrem, de modo que o jogador faz parte daquele mundo atuando sobre o mesmo, executando ações e respondendo por elas no contexto do mundo ficcional. Uma vez que se entende que os *games* fazem representações processuais que argumentam sobre o mundo, elas são interessantes ferramentas de aprendizado e reflexão. Jogar é uma prática reflexiva e argumentativa para além da leitura e escrita (BOGOST, 2007; 2008).

Como apresentado no documentário “A Era do Videogame” (2013), é possível utilizar os jogos para o aprendizado de pilotagem de um avião, para disparar uma arma, simular um acontecimento histórico, realizar treinos físicos, para educação e inúmeras outras possibilidades. Gonzalo Frasca, em palestra apresentada ao *TEDxMontevideo* (2012), explica que os jogos são excelentes ferramentas educativas exatamente por permitirem ao jogador esse tipo de experiência. O pesquisador e *designer* de jogos uruguaio utiliza o exemplo dos simuladores de pilotagem que permitem aos pilotos e médicos um ambiente virtual para treinamento, simulação das práticas diárias, e, principalmente, a possibilidade de errar, aprender com o erro e tentar novamente.

Outra possibilidade de análise, mais especificamente dos elementos representacionais que compõem o mundo virtual nos jogos digitais é o modelo proposto por Pinheiro (2007). Para o autor, o jogo digital seria um sistema complexo composto por três dimensões dialógicas: o *estatuto tecnológico*, a *interface* e a *narrativa* que estão em constante interação e fazem-se sempre presentes para possibilitar e demandar ao jogador a execução de determinadas ações. O autor utiliza a metáfora das ondulações em um lago para explicar a dinâmica do diálogo entre as dimensões propostas. Essas ondulações seriam oriundas de três fontes diferentes, entrelaçando-se e mostrando-se explícitas em alguns casos e invisíveis em outros para aqueles que observam. A figura 23 demonstra a organização do modelo baseado na metáfora sugerida.

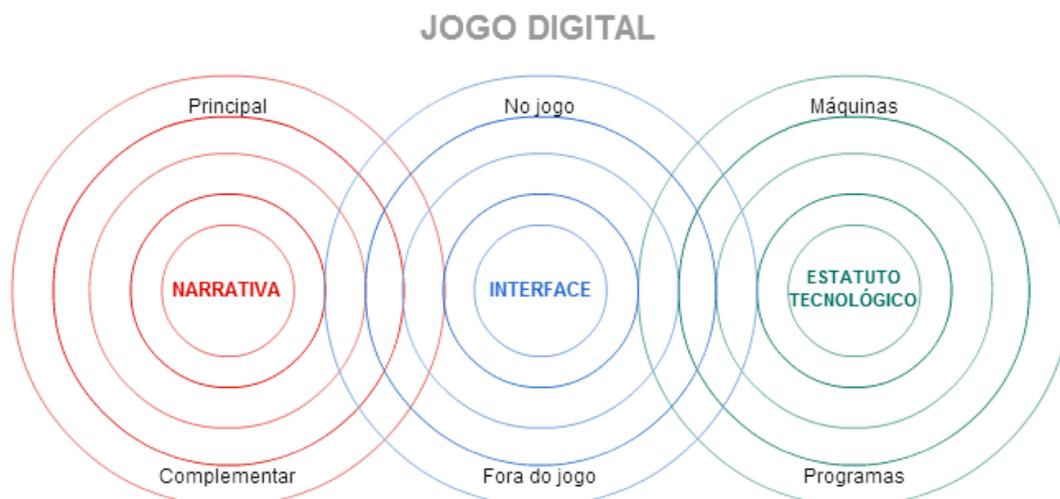


Figura 23 - Dimensões de um jogo digital (PINHEIRO, 2007, p. 189)

A dimensão da *narrativa* supõe que ela está sempre presente em um jogo digital, seja de forma explícita, fazendo parte da dinâmica do *game*, ou de forma implícita, de modo que permite aos jogadores criarem suas próprias histórias ou organizar mentalmente uma história a partir do que é proposto no jogo (PINHEIRO, 2007). Isso corrobora o que afirma Gomes (2009) quando sugere que um texto não precisa ter um formato específico para ser considerado narrativo, mas deve ser capaz de desenvolver uma imagem mental na “cabeça do leitor”, portanto, uma *construção cognitiva*, logo, subjetiva. Assim, a narrativa pode ser tanto algo crucial para a progressão do *game*, como também algo que apenas complementa a dinâmica do jogo, por vezes, sendo imaginada pelo próprio jogador (PINHEIRO, 2007).

O estatuto tecnológico diz respeito exatamente à qualidade tecnológica dos jogos digitais. Esse eixo de análise considera todos os aspectos tecnológicos materiais dos *games*, como a materialidade física e materialidade gráfica (MAIA, 2013), máquinas e programas (PINHEIRO, 2007). A materialidade física diz respeito às máquinas como o console, os controles (*joysticks* e *gamepads*) e outros acessórios periféricos como fones de ouvido, fontes, cabos de alimentação, volantes, sensores de movimento, plataformas de dança ou guitarras. A materialidade gráfica diz respeito aos elementos gráficos mostrados ao jogador na tela, à imagem ou à interface, de modo que tanto aspectos materiais e gráficos dependem de programas específicos para funcionarem (PINHEIRO, 2007; MAIA, 2013).

Essa dimensão é igualmente importante por estar relacionada à capacidade representativa dos *games*, possibilitando ao jogador experimentar simulações físicas, visualizar cenários e imagens em alta resolução ou interagir com personagens em três dimensões. Um cenário hiper-realista e rico em detalhes em um *game*, por exemplo, pode

contribuir para a construção narrativa de um personagem ou acontecimento na história do jogo (PINHEIRO, 2007).

Já a dimensão da interface engloba a relação complexa de interação entre homem-máquina de modo que o jogador assume uma *dupla presença* (*presença e telepresença*), ambas dialogando de diferentes maneiras para manter o jogador imerso e atuante na esfera do jogo, sem perder a noção de sua presença física executando ações (o apertar de botões, por exemplo) que serão decodificadas pelo jogo (STEUER, 1992). Essa dimensão é a que dá conta da complexa relação comunicativa entre jogador e jogo digital. Essa noção, como aponta Pinheiro (2007), evidencia um processo interativo baseado em estímulo-resposta através do *feedback* constante do jogo, mas igualmente demonstra situações complexas e subjetivas na relação do jogador com o jogo e seu universo ficcional, de modo a apresentar afinidade com as propostas de *interação mútua e reativa* apresentadas na obra de Primo (2007). Ou seja, quando se joga, ambas as possibilidades comunicativas coexistem permitindo a imersão do jogador.

O modelo apresentado propõe que essas dimensões se influenciam mutuamente e por isso, ao utilizá-las para descrever um jogo, necessariamente o processo resulta no cruzamento entre as dimensões (PINHEIRO, 2007). Isso favorece o processo de análise de representações em um jogo, já que estas se mostram atreladas à narrativa, ao visual do jogo e às possibilidades de interação do jogador com a representação. É importante frisar que o modelo tem como enfoque o processo descritivo de um jogo digital, sendo que as dimensões auxiliam na orientação de tal procedimento.

1.6 Fechando o foco: proposta de modelo de análise

Partindo das contribuições expostas nesse capítulo, foi possível formatar uma proposta de análise que desse conta da presença de representações e da constituição de sentidos associada a elas em um jogo digital. O modelo será aplicado concretamente ao nosso objeto empírico no capítulo 3 dessa dissertação.

De acordo com as referências teóricas abordadas, faz-se importante considerar três aspectos na análise: 1) Os elementos componentes da arquitetura do mundo virtual do jogo, que compõem a construção da representação (cenários, narrativa, elementos gráficos e tecnologia). Esse ponto pode ser decomposto a partir do *modelo de jogo digital* proposto por Pinheiro (2007), que orienta a descrição dos elementos do jogo constituintes das representações; 2) A análise do processo de construção dos sentidos a partir da interação com

o mundo virtual do jogo, como propõe a *retórica processual* de Bogost (2007;2008), ou seja, verificando-se quais sentidos eclodem a partir das ações executadas no jogo; 3) Considerar a circulação de sentidos na sociedade que compõem a construção das representações nos jogos, como apontado nos trabalhos de Jodelet (1989), Bakhtin (1995) e Hall (2003; 2005), e a ecologia midiática existente na contemporaneidade, evidenciada por Braga (2012).

Considerando essas três dimensões de análise, buscou-se configurar o *modelo analítico de representações nos jogos digitais* (figura 24). É importante frisar que o modelo supõe uma análise de cunho descritivo e interpretativo (como é destacado pelo próprio referencial teórico), ou seja, com ênfase na descrição do objeto empírico e das representações presentes no mundo virtual do jogo, assim como no processo de imersão do pesquisador no jogo, sendo necessário interagir e destacar o que foi observado. É igualmente relevante interpretar a partir de suas ações no jogo, os sentidos que se constroem ali, buscando relacioná-los aos sentidos existentes e circulantes na sociedade e nas mídias sobre o objeto representado.

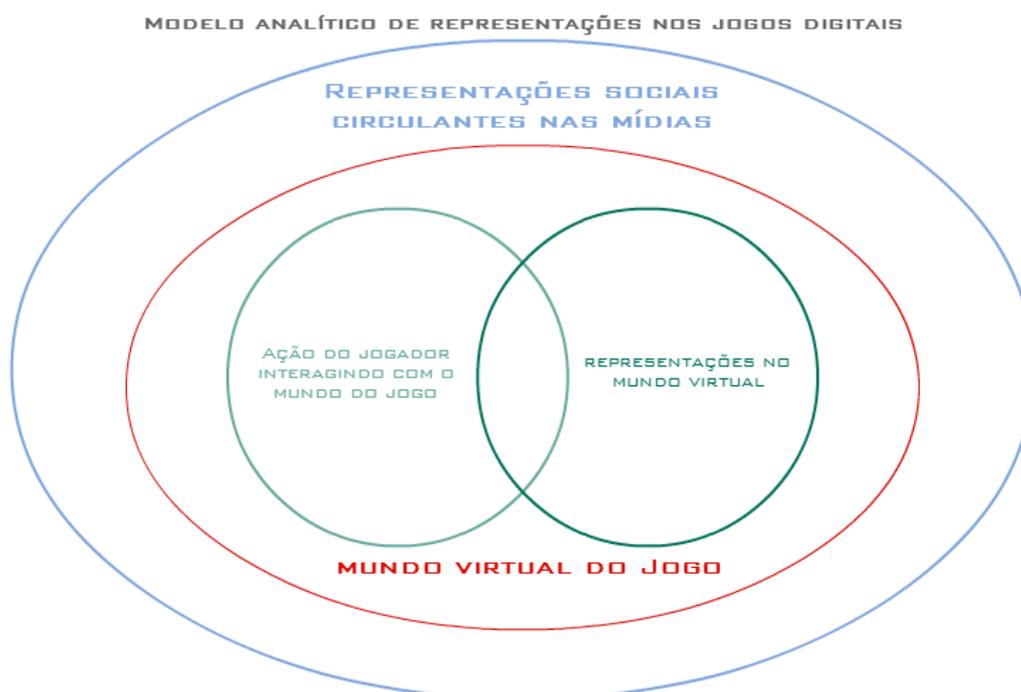


Figura 24 - Modelo analítico de representações nos jogos digitais
Fonte: Elaborado pelo autor

No modelo proposto, a ação do jogador refere-se diretamente ao processo de interação do mesmo com o mundo virtual do jogo e com as representações ali existentes, assim como com os sentidos que se constroem nessa relação e que podem ou não ter afinidade com as representações presentes na sociedade que circulam nas mídias. Descreve, portanto, o mundo do jogo, suas características (aspectos materiais, gráficos, cenários e narrativa), as formas

pelas quais as representações se mostram aparentes no *game* e, ainda, como se dá o processo de interação com essas representações no mundo do jogo. Dessa forma, torna possível realizar a análise de como um determinado objeto é representado no jogo digital, quais sentidos são propostos e quais relações se estabelecem com os sentidos vigentes e circulantes na sociedade e em outros produtos midiáticos.

Um exemplo prático pode ser elucidativo. Caso um problema de pesquisa seja identificar como o Brasil é representado em determinado jogo, pode-se, a partir do modelo analítico, questionar: 1. *Que elementos constituintes no mundo virtual do jogo representam a nação brasileira?* Pode-se englobar aspectos da materialidade do mundo virtual como personagens, itens presentes, locais virtuais e narrativa; 2. *Ao interagir com esses elementos, quais sentidos se constituem a partir dessa interação?* Vale ressaltar que isso pode englobar qualquer processo de interação durante o jogo, por exemplo, selecionar um objeto, atirar em algo, coletar itens ou caçar monstros. Por isso, destaca-se a importância da descrição do processo. Ao final, a partir da exposição desses elementos, é possível questionar: 3. *Quais relações os sentidos propostos nessas representações possuem com os sentidos vigentes e circulantes em outras mídias sobre o objeto representado?* Essas perguntas servem como guia para o processo de análise em um jogo digital.

Uma última consideração importante, em se tratando da análise de um objeto empírico como o jogo digital, é descrita por Teixeira (2005, p. 475, grifo nosso), que busca assumir uma postura específica na pesquisa, ou seja, a de “usuário-jogador”, sendo necessário o “ir a campo” o que, no caso, é jogar o jogo. O autor, inclusive, faz referência à *ludologia* como disciplina emergente.

Por tudo isto, e em termos sistemáticos e finais, diríamos, apenas mais o seguinte: Por um lado, a Ludologia, enquanto fenómeno essencial à compreensão da cultura contemporânea (e simulação), é algo de urgente constituir no interior das Ciências da Comunicação e da Cultura a partir de contornos interdisciplinares. Por outro, e em consequência de tudo o que temos vindo a defender, a sua possibilidade enquanto disciplina emergente terá de levar em consideração, quer o objecto de estudo, quer a(s) metodologia(s), quer a hermenêutica que melhor se lhe adaptem às suas especificidades pois, por exemplo, aqui estamos perante a necessidade do que designaríamos por hermenêutica dinâmica, diferente das que se aplicam ao objecto literário e/ou fílmico pois, para além das capacidades analíticas, **a análise ludológica exige do hermeneuta capacidades performativas retroactivas directas do sistema**, isto devido ao facto da compreensão de um jogo passar, necessariamente, pelo jogá-lo (nível onto-representativo) e percepcioná-lo segundo parâmetros específicos (um jogo, mais que um «objecto», é um «processo» que remete para estruturas da nossa própria consciência, individual quanto cultural).

A prática explicada por Teixeira (2005) está implicitamente presente na proposta de análise discutida anteriormente, entretanto, é importante reforçar essa ideia para deixar claro que se tratando de uma análise de mundo virtual como o dos jogos, mostra-se necessário também explorar aquele ambiente tal qual um jogador o faria e isso acaba por ser exigido do pesquisador. Trata-se, portanto, de um desafio que empreende-se no decorrer dessa pesquisa, como se verá a seguir.

Uma vez apresentado o instrumental de análise, o segundo capítulo tem como principal objetivo introduzir, descrever e contextualizar o leitor sobre o objeto empírico, ou seja, o jogo digital *Ragnarök Online* em sua versão brasileira oficial, *BRO*.

CAPÍTULO 2 - BRASIL RAGNARÖK ONLINE

Seguindo os objetivos da pesquisa, este capítulo tem como foco contextualizar o leitor sobre a temática por meio da descrição do objeto empírico e suas principais particularidades, no caso, o jogo digital *Ragnarök Online*, especificamente a sua versão oficial brasileira: *Brasil Ragnarök Online*. Como mencionado no primeiro capítulo, por se tratar de um jogo digital, baseia-se em um mundo virtual. O jogo possui uma característica importante que convém frisar novamente: a possibilidade do acesso de milhares de jogadores simultaneamente conectados através da internet em seu mundo, ou seja, um ambiente compartilhado por “enxames” de jogadores (SANTAELLA, 2007).

Ambientes com essa característica são popularmente conhecidos como *Massively Multiplayer Online Games – MMOGs* ou *MMOs*, em português, jogo *on-line* massivo multiusuário, estruturados como *mundos virtuais para diversos participantes*. Basicamente, são jogos digitais que tornam possível a interação com milhares de pessoas em seus ambientes virtuais por meio da conexão com a internet.

O MMOG é uma espécie bastante peculiar de game jogado somente através da internet, na companhia de centenas ou mesmo milhares de jogadores simultaneamente. A ideia básica de um MMOG está na criação de universos paralelos que permitem a todos os que habitam aquele lugar interagir da forma como bem entenderem [...] A grande magia desses tipos de jogos está no fato de que eles não são apenas jogos, mas comunidades virtuais de pessoas de todo o globo, com desejos, anseios e objetivos. Neles pode-se fazer amigos e inimigos, ficar famoso pelo que se faz; enfim, neles cada um pode ser o que bem entender (SANTAELLA, 2007, p. 416-417).

Já o *Massively Multiplayer Online Role-Playing Game* ou *MMORPG* (Jogo de Interpretação de Personagens *On-line* Multiusuário Massivo) é um jogo digital *on-line* que possibilita ao jogador criar um personagem com diferentes atributos e características físicas e, através daquele, navegar pelo universo virtual, transformando-o e transformando o próprio personagem. Para autores como Klastруп (2003), Castronova (2003), Steinkuehler & Williams (2006) e Lastowska, (2009), os *MMORPGs* podem ser considerados híbridos entre um espaço de jogo e um ambiente complexo de interação social *on-line*.

Este tipo de jogo possui inúmeras características de outros jogos da categoria *MMO*, porém, muitas dessas propriedades se mostram tão complexas em seu ambiente que se torna possível diferenciá-lo dos demais a partir disso. O próprio conceito explica automaticamente sua referência direta aos tradicionais jogos de *RPG (Role-Playing Game)*⁴³.

Rogers (2010) sugere que o que caracteriza os jogos *MMORPGs* é a possibilidade da convivência entre milhares de jogadores em um mesmo ambiente, em uma espécie de sociedade virtual própria (que simula fielmente ocorrências do mundo cotidiano fora do jogo), com economia própria e com um mundo extenso a ser explorado, possibilitando inúmeras ações ao jogador que escapam do simples jogar e executar objetivos propostos no jogo (sendo possível conversar com outros jogadores, criar itens e equipamentos, viajar pelo mundo virtual ou casar-se com outro personagem).

Para Rogers (2010), um aspecto importante desses jogos é a atuação imprevisível dos jogadores, pois podem realizar ações que possivelmente não faziam parte da expectativa dos designers, exatamente por ser um jogo que permite inúmeras possibilidades.

Ducheneaut (2010) aponta cinco pontos principais da dinâmica de jogos como os *MMORPGs*: (1) possibilidade de criação de um personagem de nível 1 com número limitado de habilidades e equipamentos; (2) possibilidade de realizar missões; (3) o cumprimento de tarefas que oferecem recompensas ao jogador com pontos de experiência para aumentar o nível do personagem ou equipamentos; (4) tarefas tornam-se mais difíceis com o tempo e

⁴³ Os *MMORPG* tem origem no tradicional *Role-Playing Game*, conhecido como *RPG* de mesa ou *Pen-and-paper RPG*. O *RPG* é um jogo de interpretação de personagens que consiste em um grupo de jogadores que se reúne e utiliza diferentes materiais – podendo ser desde papel, lápis e dados, até tabuleiros, escudos, maquetes e pequenas miniaturas de personagens – para jogar um jogo de “faz-de-conta” com regras, no qual os jogadores interpretam personagens como em um teatro (CASSARO, 2000). Dependendo do tipo de *RPG*, os materiais podem ou não ser determinantes para o jogo. Existem jogos de *RPG* em que o foco principal é apenas a interpretação, sem se direcionar aos materiais. Um dos jogadores encara o papel de *narrador* ou *game master (GM)* da história, que, basicamente, cria desafios e situações problema para os outros jogadores, os quais interpretando seus personagens tentam solucionar (TYCHSEN e outros, 2005). Dessa maneira, o conjunto de situações criadas pelo narrador e as ações dos jogadores, por exemplo, como fazer uso do improviso, constrói colaborativamente o desenrolar da narrativa do jogo, definindo a direção que a aventura pode tomar dentro do limite imposto pelo sistema de regras.

jogadores estimulados a agruparem-se para realizar as missões; (5) quando as tarefas chegam a níveis extremos de complexidade, grupos maiores de auxílio mútuo, estrutura e organização precisam ser criados para dar conta de tal dificuldade.

O jogador, comumente, inicia com um personagem no nível 1 em um *MMORPG* (DUCHENEAUT, 2010) e, à medida que cumpre missões, realiza tarefas ou caça criaturas e monstros selvagens, o personagem acumula pontos de experiência que, ao serem coletados em determinada quantidade, alcança outro nível e assim por diante.

Outra característica dos mundos virtuais dos *MMORPGs* é a persistência (YEE, 2006), ou seja, diferentemente de outros jogos, o mundo virtual continua existindo ainda que nenhum jogador esteja ali. São persistentes por permanecerem *on-line* vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana (24/7). Caso ocorram problemas técnicos ou necessidade de alguma atualização, o mundo virtual do jogo pode ficar *off-line* (WEILLER, 2012). Quando o jogador acessa o mundo virtual de um *MMORPG* e realiza tarefas, suas informações ficam salvas no servidor do jogo caso tenha que se desconectar. Posteriormente, quando volta a acessar o jogo, as informações relativas ao seu personagem estão intocadas, embora o mundo virtual possa estar diferente, já que os jogadores *on-line* podem modificar o espaço enquanto outros estão *off-line*.

Na realidade, apenas os espaços mais comuns de socialização (cidades, acampamentos ou praças) são persistentes. Outros espaços são criados dinamicamente e carregados (*loading*) para suportar pequenas sessões de jogo, por vezes, com poucos jogadores (RABELLO *et al*, 2006). A tecnologia utilizada nesses jogos dá ao jogador a ilusão de observar uma grande área explorável, entretanto, são pequenos espaços conectados de forma transparente ao jogador (RABELLO *et al*, 2006). Ainda sim, são mundos vastos com grande riqueza geográfica para acomodar milhares de jogadores simultaneamente.

Acerca da narrativa, assim como em outros jogos, os *MMORPGs* se baseiam em diferentes gêneros, que variam entre fantasia, ficção científica, simulação da vida real, esportes, terror, super heróis ou histórico (ROGERS, 2010). Em respeito à evolução tecnológica dos gráficos, os *MMORPGs* se configuram tanto em duas dimensões (2D) ou em três dimensões (3D) (STEINKUEHLER; WILLIAMS, 2006).

Em suma, o *MMORPG* é um tipo de jogo digital no qual os usuários acessam e exploram um mundo virtual através de um personagem e que permite a interação em *tempo real* entre milhares de pessoas, que transformam *colaborativamente* esse espaço, criando suas dinâmicas próprias de jogo e de interação. Esses jogos dão inúmeras possibilidades aos jogadores, inclusive a de sequer cumprir os desafios propostos, acessando o mundo virtual

apenas para conversar e fazer amigos (STEINKUEHLER; WILLIAMS, 2006; WEILLER, 2012).

É importante considerar que os *MMORPGs* dependem tanto da infraestrutura das empresas ou administradores que os mantêm (financeiramente e/ou administrativamente, já que é um serviço prestado através da internet, como qualquer outro *software on-line*), assim como necessitam da extensa participação do público de jogadores que habitam os mundos virtuais desses jogos (BAINBRIDGE, 2007). Sem a presença massiva de usuários interagindo com o mundo e interagindo entre si, o mundo virtual pouco se modifica.

A capacidade de interação social possibilitada pelos *MMORPGs* não é apenas um traço da sua qualidade tecnológica de mídia *on-line*, embora isso influencie diretamente nesse aspecto, mas sua grande competência no aspecto social está diretamente ligada ao fato de que os jogos de maneira geral - não somente os de *RPG*, embora a dinâmica desses jogos necessite de vários jogadores para enriquecer a experiência - suscitam a interação entre pessoas, característica inerente da própria atividade (HUIZINGA, 2008; CAILLOIS, 1990; McLUHAN, 1964).

Quando os *MMORPGs* surgiram, a capacidade de processamento dos computadores pessoais e a internet já faziam parte da rotina de milhares de pessoas no mundo, além da existência de locais de acesso pago a computadores com internet, como as chamadas *lan houses*. Esses pontos auxiliaram na popularização dos *MMORPGs*.

Segundo Souza *et al* (2010), o mundo dos *games* sofreu quatro modificações importantes com as transformações das tecnologias digitais: (1) automação de mecânicas repetitivas, cálculos, manutenção de registros; (2) ricas representações audiovisuais; (3) inteligência artificial capaz de gerar um mundo virtual altamente interativo de influência entre elementos do jogo e jogadores; (4) interação, a longa distância, entre jogador e jogo e entre jogadores. Esses pontos são determinantes para a emergência de ambientes como os *MMORPGs*.

Um aspecto relevante mencionado por Klastrop (2009), ao analisar as interações dos jogadores nos mundos virtuais de *MMORPGs*, é a importância que os *paratextos* têm para a interação com o mundo do jogo (KLASTROP, 2009). Ou seja, aqueles seriam outras ambiências *on-line* que auxiliam na experiência com o jogo, como *blogs*, fóruns, *databases* e vídeos, mostrando-se de suma importância para a interação do jogador com o ambiente de jogo.

Ducheneaut (2010) afirma que há uma verdadeira ecologia em torno dos mundos virtuais, pois os jogadores buscam diferentes ambiências na busca de conhecimento sobre os

jogos ou até a própria interação com outros jogadores de modo que o principal elemento mediador é a experiência no jogo. O autor argumenta que pensar o jogo apenas direcionando o olhar aos seus mundos virtuais arquitetados está longe de representar a totalidade da experiência dos sujeitos com os *MMORPGs*, portanto, para o autor, há necessidade de estudos que verifiquem a influência de outras ambiências *on-line* no mundo do jogo.

Soares (2009, p. 3-4) cita *jornais e noticiários* como *EVE TV* ou o *Digital Journal The City Scoop*, que criam conteúdo jornalístico a partir de acontecimentos no jogo *Eve Online*; *rádios on-line*, que criam conteúdo para os jogadores; *diários virtuais*, em que jogadores criam blogs para seus personagens para contar histórias ou para auxiliar outros jogadores⁴⁴; *vídeo e cinema*, em que empresas e jogadores promovem e criam vídeos sobre conteúdos relacionados aos jogos, como tutoriais, curtas-metragens ou vídeos cômicos; *histórias em quadrinhos* como a revista periódica de *City of Heroes*⁴⁵; e *Fanfics*, trabalhos amadores de fãs que buscam recontar ou contar histórias paralelas de algum universo ficcional de que são fãs, sejam filmes, *games*, quadrinhos ou desenhos animados (SOARES, 2009).

Segundo Soares (2009), essas ações são exemplos de externalidades midiáticas, imprevisibilidades no sistema dos mundos virtuais que dizem respeito diretamente à apropriação por parte dos jogadores. Jenkins (2008) aponta esse fenômeno como resultado do processo de convergência⁴⁶, no qual, tratando-se diretamente dos *MMORPGs*, há uma relação constante entre jogadores e designers na criação de conteúdo para esses jogos, inclusive a ponto de construírem de forma colaborativa continuções para narrativas, compondo um grande universo ficcional que só faz sentido quando se explora seus inúmeros fragmentos espalhados por diferentes ambientes midiáticos, o que o autor considera como *narrativa transmidiática*.

Ao observar a grande ecologia midiática em torno desses jogos a qual se refere Ducheneaut (2010), percebe-se a extensa produção de conteúdo por parte dos jogadores, com o objetivo de enriquecer ainda mais suas experiências de jogo, construindo colaborativamente um grande universo *transmidiático* (JENKINS, 2008). A produção de atualizações para os

⁴⁴ Ver, por exemplo, o *blog* criado para criação de conteúdo sobre *Priston Tale*: <http://pristonaleblog.wordpress.com/>.

⁴⁵ *MMORPG* baseado em disputas entre super-heróis e vilões. Lançado em pela *NCsoft* em 2004 e distribuído no Brasil pela *Level Up!*

⁴⁶ Segundo Jenkins (2008), pode-se compreender o processo de convergência como um conjunto de transformações significativas nos âmbitos mercadológicos, sociais, tecnológicos e, sobretudo, culturais no que diz respeito à relação da sociedade com as mídias. De acordo com o autor, três processos chave marcam essa transformação: o fluxo de conteúdos entre diferentes plataformas midiáticas, a cooperação entre múltiplos mercados de mídia e a mudança comportamental do público, buscando experiências de entretenimento e consumo de maneira migratória e coletiva entre os mais diversos meios de comunicação, participando ativamente da produção e circulação de conteúdos (JENKINS, 2008).

mundos virtuais dos *MMORPGs* por parte das empresas distribuidoras e a contribuição dos jogadores com engajamento, produção de conteúdo e busca por novas experiências de entretenimento e consumo em torno desses games desenvolve um universo narrativo tão complexo que se torna difícil delimitar os limites desses mundos e das possibilidades interacionais relacionadas aos mesmos.

Atualmente, especula-se que haja mais de trezentos *MMORPGs* ativos no mundo (MMORPG.COM). De acordo com a lista de assinaturas e contas ativas listadas pelo *site MMODATA.NET*, em 2013, foram cerca de 19 milhões de assinantes e usuários ativos, sem levar em consideração os *MODs*⁴⁷. O principal gênero de *MMORPG* com contas ativas, segundo o *site*, é *fantasia*, com 82,8% dos assinantes (exemplos do gênero são *WoW*, *Priston Tale*⁴⁸, *Tera: Rising*⁴⁹), seguido de ficção científica (*Star Wars Galaxies*, *Eve Online*⁵⁰) com 11,7%. Outros gêneros representam 5,5%. Em âmbito global, os jogos *Fantasy Westward Journey*⁵¹ e *Zheng Tu Online*⁵² ultrapassaram a marca dos milhões de jogadores simultâneos (*on-line*) em 2009. Já *World of Warcraft* alcançou cerca de novecentos mil usuários simultâneos no mesmo ano, tanto no oriente quanto no ocidente. O *Ragnarök Online* alcançou seu pico de jogadores simultâneos em 2005, com mais de setecentos e cinquenta mil usuários *on-line*. Os jogos *Second Life*⁵³ e *Eve Online* conseguiram cerca de sessenta e cinco mil usuários *on-line* simultaneamente em um único servidor, em 2013 (MMODATA.NET)⁵⁴.

Yee (2006) realizou estudo demográfico sobre os jogadores. Segundo o autor, os usuários de *MMORPG* têm uma média de idade de 26 anos e apenas 25% dos jogadores são adolescentes (12 a 17 anos). 50% dos jogadores de *MMORPG* trabalham, sendo que 36% são casados e 22% têm filhos. Há grandes variações no público de jogadores, desde estudantes a

⁴⁷ É um termo que se refere a jogos que criados a partir de uma grande modificação de outros ou para jogos que tiveram inúmeras modificações em relação a sua forma original. Alguns jogos podem ser personalizados desde que seja possível alterar o seu código ou sua estrutura visual.

⁴⁸ *MMORPG* de gênero fantasia com versão oficial no Brasil, em português. Foi desenvolvido pela *Yedang Online* em 2005 e atualmente é administrado pela *Hazit Online Games*.

⁴⁹ Desenvolvido pela *Bluehole Studio* e lançado ao mercado em 2011.

⁵⁰ *MMORPG* do gênero ficção científica. Lançado em 2003 (versão final) pela *CCP* (MMORPG.COM).

⁵¹ Desenvolvido e lançado ao mercado em 2004, pela empresa *NetEase*. É um *MMORPG* muito popular na China.

⁵² Lançado em 2006 pela *Giant*, é um *MMORPG* com gráficos em duas dimensões, com temática baseada em artes marciais.

⁵³ Lançado em 2003 pela *Liden Lab*, é um jogo *MMO* com foco na interação entre usuários.

⁵⁴ Dados mais recentes mostram que jogos do tipo *MMO* (incluindo os *MMORPGs*) estão em crescimento. Segundo a pesquisa “*The 2013-2017 Global PC/MMO Market*” (NEWZOO, 2014c), 70% do faturamento global de jogos online/ jogos em *PC* (*desktop* ou *notebooks*) são oriundos dos *MMOGs*. Até 2017, a pesquisa prevê que o faturamento do mercado de jogos *MMO* alcançará a marca de 30 bilhões de dólares (resultando em 31% do faturamento mercado de *games* global), sendo que 75% desse faturamento são oriundos de jogos com acesso gratuito, o que leva a crer que jogadores investem em atualizações, personagens, itens e outros elementos dos jogos. Até 2017, o Leste Europeu, a América Latina e a APAC (Ásia e Oceania) serão responsáveis por 95% do crescimento do mercado de jogos em *PC* e *MMOGs* (NEWZOO, 2014c).

aposentados. Os jogadores jogam em média 22 horas por semana, sem diferenciação por idade e 60% dos jogadores afirmaram já ter jogado por mais de 10 horas seguidas. O estereótipo do jogador solitário não condiz com a realidade dos *MMORPGs*, pois, 80% dos usuários jogam com alguém que conhecem, sejam amigos, namorados ou membros da família. (YEE, 2006).

2.1 – Procedimentos iniciais de acesso ao *game BRO*

Ragnarök Online é um jogo digital *on-line* que permite a interação de milhares de jogadores simultaneamente em um mundo virtual persistente, a partir de computadores conectados via internet, caracterizando-se mais especificamente como um *MMORPG*. O jogo foi inspirado no *manwha* (histórias em quadrinhos em coreano) *Ragnarök*, criada pelo artista coreano Myoung Jin Lee, em 1998 (SOUSA, 2010). Na época, foram lançados apenas 10 volumes da história em quadrinhos *Ragnarök*, devido Myoung Jin Lee estar envolvido com o desenvolvimento do jogo. Em 2004, a editora brasileira *Conrad* lançou novamente o *manwha* em 20 volumes (SOUSA, 2010).

Assim como na história em quadrinhos, *RO* é inspirado na mitologia nórdica combinada com diversos elementos da cultura oriental (RABELLO, 2006). O termo *Ragnarök* ou “Crepúsculo dos Deuses” refere-se a um episódio específico na mitologia nórdica que representa a morte dos deuses e a destruição do mundo dos homens intitulado de *Rune-Midgard*, resultado de diferentes acontecimentos e batalhas épicas entre Deuses como *Odin*, *Loki* e *Thor*. Algumas adaptações dessa lenda são utilizadas como “pano de fundo” para a narrativa e ações dentro do jogo (RABELLO, 2006).

RO foi lançado em 31 de agosto de 2002, pela empresa coreana *Gravity Corporation*⁵⁵ e distribuído mundialmente em mais de 15 países (p.ex.: Coréia, Filipinas, China, Indonésia, Japão, Malásia, Nova Zelândia, Tailândia, EUA, Espanha e Brasil), obtendo mais de 50 milhões de usuários registrados (DEBEAUVAIS; NARDI, 2010) e um pico de cerca de 750 mil usuários *on-line* simultaneamente nos servidores oficiais (MMODATA.NET, 2013). Os dados são referentes a versões oficiais de *Ragnarök Online*. Há inúmeras versões modificadas (*Mods*) de *Ragnarök Online* conhecidas como servidores privados ou piratas. Segundo Debeauvais e Nardi (2010), já foram contabilizados mais de 100 mil usuários registrados em servidores privados.

⁵⁵ Desenvolvedora de *softwares* para jogos *on-line* fundada no ano 2000 (SOUSA, 2010). Para mais informações ver <http://www.gravity.co.kr/index.asp>.

Em nível nacional, *RO* recebeu uma versão totalmente em português chamada *Brasil Ragnarök Online*⁵⁶ (*BRO*), distribuída comercialmente pela empresa *LevelUp! Interactive S.A.*⁵⁷, que se associou em 2004 à *Tec Toy S.A.*⁵⁸. *BRO* foi colocado no mercado como versão de testes em outubro de 2004 e lançado oficialmente em fevereiro de 2005. Segundo Souza (2010), é uma convenção entre os fóruns e comunidades de jogadores reconhecerem os servidores oficiais a partir da região que pertencem, por exemplo, a versão coreana se chama *Korean Ragnarök Online*⁵⁹ (*KRO*). Já os servidores piratas ou privados são conhecidos como *private servers* e podem receber vários tipos de designação, como *XileRO*⁶⁰, *DreamerRO*⁶¹, *BackRO*⁶² e outros⁶³.

Como mencionado anteriormente, a estrutura do jogo *Ragnarök Online* baseia-se em um mundo virtual complexo com características e dinâmicas próprias. Logo, para que se tenha a possibilidade de estar em contato com os diferentes elementos daquele ambiente e conhecê-lo a fundo, é necessário que o pesquisador, como é o nosso caso, acesse o jogo e entre em contato direto com seu ambiente virtual, conseqüentemente, como em qualquer outro jogo, deve aprender o funcionamento de toda a sua lógica, suas regras e aprender os comandos básicos (TEIXEIRA, 2007).

Como se trata de um jogo é necessário ao pesquisador jogar e cumprir certos objetivos de acordo com a dinâmica do jogo para conseguir descrever a experiência no ambiente. Jogar é diferente de apenas “observar” outros jogadores, logo, qualquer experiência prévia de interação com determinado ambiente de jogo em posição de “jogador” é válida para a pesquisa. No caso específico de *Brasil Ragnarök Online*, têm-se uma experiência prévia como usuário-jogador de mais de seis anos. Esse conhecimento se mostra útil em três aspectos: a) do ponto de vista técnico da utilização do jogo (acesso, interface do jogo, estrutura do jogo, regras básicas), o que demandaria um longo tempo de aprendizado do pesquisador; b) da dinâmica do jogo (economia, sistema de classes, níveis, habilidades, criação de personagem), o que também demandaria tempo de aprendizado do pesquisador; c) por último, não menos

⁵⁶ <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/>.

⁵⁷ Empresa distribuidora de jogos *on-line* criada em 2002 nas Filipinas. Possui sedes nas Filipinas, Índia e Brasil. Atua no mercado brasileiro desde 2004 (<http://levelupgames.uol.com.br/levelup/>).

⁵⁸ Empresa atuante no mercado de entretenimento eletrônico nacional, fundada em 1987 (<http://www.tectoy.com.br/>).

⁵⁹ <http://ro.gnjoy.com/>

⁶⁰ <http://www.xilero.net/#/homepage/>

⁶¹ <http://playdreamer.com/dreamer/>

⁶² <http://www.backro.net/>

⁶³ Há endereços eletrônicos responsáveis por listar em forma de *ranking* os servidores privados melhor avaliados pela comunidade de jogadores. Para mais informações ver <http://www.topragnarok.org/>, <http://www.topservers200.com/ragnarok> e <http://ratemyserver.net/>.

importante, é a questão da linguagem, dos termos e códigos específicos que os jogadores utilizam para se comunicarem. O não conhecimento dessa nomenclatura específica dificulta a experiência de interação, já que muitos jogadores utilizam essa linguagem.

2.2 – A “imersão virtual”

A partir dessas considerações, a proposta da pesquisa foi acessar o mundo virtual de *RO* e descrever o ambiente do jogo e sua dinâmica de funcionamento, portanto, o procedimento consistiu em explorar o mundo do jogo através de um personagem, na posição de usuário-jogador e, a partir da imersão naquele ambiente, descrever os principais procedimentos de acesso, estrutura do mundo virtual do *game*, dinâmicas de jogo e a complexa rede de interações existentes naquele ambiente. Importante frisar que o modelo proposto por Pinheiro (2007), apresentado no capítulo anterior, foi de suma importância para orientar o processo de descrição do jogo⁶⁴.

Após a etapa de cadastramento e familiarização com as orientações iniciais descritas no *Apêndice*, o jogador poderá criar um personagem, também conhecido como *avatar*, com algumas características que podem ser modificadas. É através dele que o jogador interage com o mundo virtual de *BRO*. Uma vez criado o personagem, mesmo que o jogador saia do jogo, aquele poderá ser utilizado novamente (a menos que o jogador o apague, já que é possível apagar personagens anteriormente criados).

Como em *BRO* existem diversas classes para os personagens (também chamadas de profissões), cada uma com suas características próprias, é requisitado ao jogador editar os atributos de ação do personagem através de um hexágono que faz automaticamente um balanceamento dessas características, podendo adequar o personagem para cada tipo de profissão (figura 25). Cada movimento no hexágono alterna as possibilidades de atributos e o jogador deve escolher a melhor opção para a futura profissão do seu *avatar*, que, por padrão, inicia com a classe *aprendiz*.

⁶⁴ Os passos (tutorial) para que o leitor possa acessar o jogo estão descritos no Apêndice dessa dissertação.

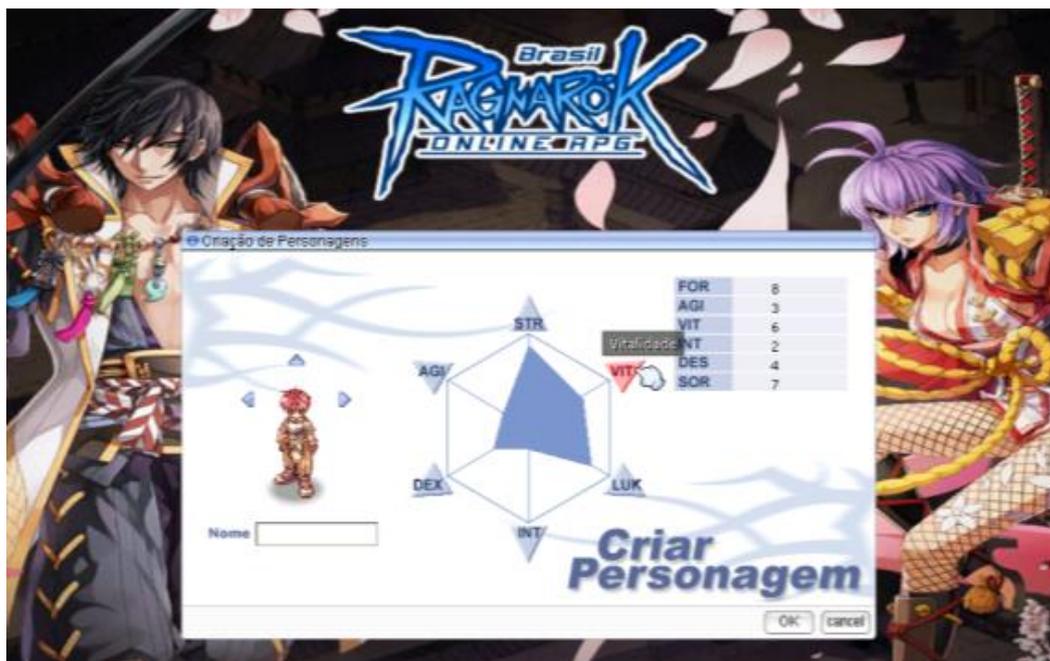


Figura 25 - Hexágono para balanceamento dos atributos na tela de criação de personagem

De posse de um personagem, o usuário tem a possibilidade de acessar o mundo virtual de *BRO*. Por padrão, quando se inicia o jogo com um personagem novo, também intitulado de “*newbie*”, o jogador é primeiro direcionado ao campo de treinamento, um local para iniciantes em que se aprendem as informações básicas para começar a jogar *Ragnarök Online*.

Para os fins dessa pesquisa, utilizou-se uma conta *Level Up!* com cadastro de acesso a *Brasil Ragnarök Online* criada previamente. Este cadastro já possui personagens criados anteriormente, com itens, níveis consideráveis de poder e certa quantia de recursos dentro do mundo do jogo. Optou-se, por essa escolha, para facilitar a entrada do pesquisador a certos locais no mundo virtual do jogo, pois, em alguns casos, o acesso é restrito devido a missões (que devem ser executadas para acessar determinados locais), nível do personagem (o personagem iniciante poderia não ter poderes suficientes para derrotar os monstros agressivos de certos locais) ou financeira (alguns ambientes só podem ser acessados através de transportes pagos, como barcos, dirigíveis ou teletransporte). Optou-se pela escolha do servidor de acesso especial “*Asgard*”, devido à conta de acesso ter vinculação com o mesmo.

O personagem previamente criado e escolhido foi o *avatar* com o nome “*Ransur*”, da classe “*Renegado*”, em inglês “*Shadow Chaser*” (ver figuras 26 e 27), uma das últimas classes lançadas no jogo⁶⁵. “*Ransur*” é um personagem com nível relativamente alto de experiência para os padrões do jogo, com possibilidade de sobreviver em certas localidades em que

⁶⁵ Quando *BRO* foi lançado no Brasil, existiam apenas as classes “aprendiz”, as classes iniciais (primeira classe), como *espadachim*, *noviço*, *gatuno* ou *arquero* e o que se conhece por segunda classe (p.ex.: *cavaleiro*, *sacerdote*, *mercenário*). Ao longo do tempo, novas classes foram inseridas no jogo, incluindo as terceiras classes, como *renegado*, *sentinela* e *mecânico*.

monstros são mais poderosos. Isso facilita a pesquisa, pois se a opção fosse um *aprendiz*, por exemplo, haveria a necessidade de um longo processo de evolução do personagem para que fosse possível frequentar determinados locais ou realizar missões⁶⁶.



Figura 26 - Classe *renegado*

Fonte: [http://4.bp.blogspot.com/-](http://4.bp.blogspot.com/-VJ66EsLr8II/To_gImZVWuI/AAAAAAAAAGY/I0huDTIUWtI/s1600/Shadow+Chaser.jpg)

[VJ66EsLr8II/To_gImZVWuI/AAAAAAAAAGY/I0huDTIUWtI/s1600/Shadow+Chaser.jpg](http://4.bp.blogspot.com/-VJ66EsLr8II/To_gImZVWuI/AAAAAAAAAGY/I0huDTIUWtI/s1600/Shadow+Chaser.jpg)



Figura 27 - Ransur, personagem da classe *renegado* escolhido para imersão em *BRO*

A imersão em *BRO* foi realizada durante o período de nove meses, iniciada em 10 de março de 2014 a 10 de dezembro de 2014. Os acessos ao jogo se deram em sessões esporádicas (2 a 5 vezes por semana), com 2 a 4 horas de duração, em horários alternados entre manhã, tarde e noite. Como sugere a proposta, buscou-se acessar o jogo para abordar questões relativas ao funcionamento do jogo e apreender sobre as dinâmicas ali existentes.

⁶⁶ A questão do nível do personagem ficará mais clara ao longo do texto.

As primeiras impressões do jogo foram relativas às questões técnico-estruturais, relacionadas tanto à forma de jogar, quanto à funcionalidade de *BRO* como *software*, considerando aspectos tecnológicos como interface, velocidade de resposta aos comandos, gráficos e controles.

BRO tem seu conteúdo baseado primordialmente na mitologia nórdica, mas também, por outras narrativas que se misturam e compõem o universo narrativo que influencia diretamente o mundo do jogo. Isso se reflete no próprio espaço geográfico do mesmo, dividido em diferentes locais, cada um com sua história. De acordo com a narrativa do jogo, o mundo de *Brasil Ragnarök Online* é dividido basicamente por três reinos (figura 28): Reino de *Rune-Midgard*, a *República de Schwartzwald* e o *Sacro-Império e Arunafeltz*⁶⁷ (BROWIKI.ORG). O *mapa-mundi* de *BRO* pode ser acessado através da interface do jogo, que mostra os locais que podem ser visitados pelos jogadores.



Figura 28 - Mapa-mundi de RO

⁶⁷ Reino de *Rune-Midgard*, monarquia governada pelo *Rei Tristam III*, composta por inúmeras cidades, dentre elas *Prontera*, a capital mais populosa de *Rune-Midgard*; a *República de Schwartzwald*, comandada pelo Presidente *Karl Weierstrass* e pela *Corporação Rekenber*; o *Sacro-Império de Arunafeltz*, teocracia matriarcal comandada por uma papisa considerada a encarnação da Deusa *Freya*. Além dos três continentes, existem no mapa algumas ilhas-nação separadas dos continentes principais e *Ash Vacuum*, um mundo existente em outra dimensão, acessado por uma fenda mágica aberta no *Deserto de Sograt* (BROWIKI.ORG).

Fonte: <http://1.bp.blogspot.com/-Weu3ExLMkkg/UYbag1OwhvI/AAAAAAAAACJI/M63nYgIe1P8/s1600/untitled.png>

O jogo possui uma ampla riqueza geográfica em seu mundo virtual, com grande diversidade de vegetações e paisagens, estruturas que fazem referência a diferentes estilos arquitetônicos, cidades organizadas com lojas, bares, mercados ou corporações e grande quantidade de ambientes a serem explorados, cada um com inúmeros efeitos de sonorização de fundo e trilhas sonoras que dão maior vivacidade à experiência de jogo⁶⁸. Apesar dos personagens e criaturas serem representadas em desenhos de duas dimensões que lembram os *animes*⁶⁹ e *mangás*⁷⁰ japoneses (o que pode ser até óbvio já que a própria história do jogo se baseia em um *mangá*), o mundo é todo arquitetado em três dimensões com texturas diversas e profundidade.

2.3 - Dinâmicas comunicacionais em *BRO*

Por se tratar de um mundo complexo, com inúmeras possibilidades de ação e milhares de usuários interagindo simultaneamente, é difícil precisar qual objetivo deve ser alcançado no jogo. *BRO* é um jogo que possibilita ao usuário estabelecer suas próprias metas, permitindo uma grande variedade de ações. Assim como no mundo externo ao jogo, no qual se busca evoluir profissionalmente, auxiliar aos outros e relacionar-se, em *BRO* não é diferente.

Pode-se inferir que *BRO* e outros *MMOGs* são exemplos de jogos em que o jogador para de jogar não por finalizar os desafios propostos no jogo, mas por exaustão (MURRAY, 1997), ou seja, o jogo não possui final definido ou novos desafios são inseridos e atualizados no mundo virtual do *game* constantemente. No caso de *BRO*, frequentes atualizações no *game* parecem ocorrer exatamente pela necessidade de oferecer novos conteúdos e experiências a serem explorados pelos jogadores.

Em *Brasil Ragnarök Online*, algumas atividades podem ser consideradas mais frequentes e responsáveis por condicionar toda a movimentação e transformação do mundo do jogo. Ao enumerar essas atividades, têm-se sete delas: a) aumentar os níveis do personagem; b) realização de *quests* (missões); c) coleta de itens e equipamentos; d) caçada a monstros e

⁶⁸ Para ter acesso aos efeitos sonoros e trilhas do jogo, o usuário pode acessar a pasta na qual o jogo foi instalado e visualizar executar os arquivos de áudio existentes na pasta “BGM”.

⁶⁹ Como são conhecidos os desenhos animados japoneses ou não necessariamente da região, mas que possuem traçados característicos.

⁷⁰ Palavra designada para se referir aos desenhos em quadrinhos japoneses.

*MVPs*⁷¹; e) comunicação e formação de grupos f) *Player VS. Player*; e g) comércio. Algumas dessas atividades também foram encontradas por Suznjevic e outros (2009) em análise de outros jogos considerados do tipo *MMORPG*, como *Wow*.

Um aspecto relevante em *Brasil Ragnarök Online* são as dinâmicas comunicacionais utilizadas pelos jogadores. É importante considerar que o jogo apresenta inúmeras possibilidades aos usuários, e estes se apropriam das ferramentas e desenvolvem suas próprias formas de se comunicar. A ferramenta mais simples de interação é o *chat* textual. Quando um jogador seleciona a opção “todos” na janela inferior à esquerda e digita um texto, uma pequena caixa de texto surge acima do personagem com o texto digitado, e os jogadores próximos podem ler o que foi escrito (figura 29). Ao selecionar as opções “grupo”, apenas quem está no grupo poderá visualizar a mensagem e assim funciona para os diálogos com jogadores de uma mesma *guild*⁷².



Figura 29 - Exemplo de diálogo através do *chat* geral

Os jogadores mais experientes também utilizam uma linguagem com termos específicos relativos ao mundo do jogo, algo que os jogadores novatos necessitam aprender para facilitar a comunicação em *BRO*. Palavras e abreviações como *tankar*, *mobar*, *dropar*, *helar*, *AB*, *KS*, *buffs*, *GC* e *AFK* são exemplos da complexidade dessa linguagem que inclusive extrapola o ambiente do jogo, comumente utilizada nas redes sociais, fóruns de

⁷¹ Acrônimo para “*Monster Versus Player*”, que são os monstros-chefe ou *Boss*. Criou-se uma convenção entre os jogadores em utilizar o termo *MVP* para designar jogadores que derrotam tais monstros.

⁷² As *guilds* são organizações de jogadores com uma estrutura complexa, suportando até 60 participantes com a possibilidade de criar alianças que formam uma rede de centenas de jogadores. As *guilds* têm caráter mais institucional no jogo e comumente são criadas visando a objetivos comuns para além do simples agrupamento para ganhar níveis. Alguns clãs visam à socialização mais duradoura entre jogadores, apoio mútuo, *status* e poder ou simplesmente formar um grupo maior e mais frequente de parceiros de jogo.

discussão, *blogs* e outras ambiências para além do jogo. Alguns desses termos servem para designar uma ação específica, para citar alguma classe do jogo (p.ex.: *kina*, refere-se à classe *cavaleiro*, uma alusão à palavra em inglês “*knight*”), referir-se a monstros ou, ainda, para referenciar uma habilidade de alguma profissão (p.ex.: *GC* é um acrônimo para aludir a habilidade *Grand Cross* da classe *Paladino*). À medida que os jogadores interagem ou surge novo conteúdo no jogo, os jogadores desenvolvem termos e acrônimos novos, sendo difícil a delimitação da quantidade de expressões e suas categorias.

Através do *chat*, também é possível observar a utilização de símbolos gráficos bem comuns na linguagem da internet, conhecidos como *emoticons*⁷³, caracteres utilizados para representar emoções e expressões faciais (SOARES, 2013). “Alguns exemplos são: “:)” (sorriso), “:(” (triste), “=*” (beijo) e “S2” (coração ou amor).

Brasil Ragnarök Online possui seus próprios *emoticons*, que podem ser acionados através de atalhos do teclado previamente configurados ou através de comandos executados na janela de *chat* no canto inferior esquerdo (figura 30). Ao utilizar o comando necessário, o *emoticon* surge acima do personagem do jogador.



Figura 30 - Emoticons de RO

Fonte: <http://img94.imageshack.us/img94/2299/emotioni.png>

São figuras que sinalizam situações do jogo como “perigo”, “atenção” ou “atacar” e até sentimentos dos jogadores, como raiva, alegria e tristeza. É um elemento crucial para a

⁷³ Palavra formada pelos termos em inglês “*emotion*” (emoção) e “*icon*” (ícone) (SOARES, 2013).

comunicação de maneira célere entre os jogadores, principalmente em momentos de batalha em que não se tem tempo suficiente para digitar o texto.

Também é constante a utilização simultânea de ferramentas de comunicação por vozes externas ao jogo para facilitar o planejamento de estratégias de jogo ou para celeridade do processo comunicativo (principalmente em momentos de batalha intensa) ou ainda para conhecer melhor os jogadores que fazem parte do mesmo clã. O uso dessas ferramentas é pré-requisito para a entrada em algumas *Guilds*. Os principais *softwares* utilizados são *Team Speak* (TS), *Skype* e *Raidcall* (RC).

Outra possibilidade comunicativa é o sistema de correspondência semelhante a um correio no jogo, no qual os jogadores podem deixar uma mensagem para outros (mesmo que o outro jogador esteja *off-line*), podendo enviar itens junto à mensagem.

Além das possibilidades de comunicação explícitas como as abordadas até o momento, observou-se que outra forma de comunicação utilizada pelos jogadores é a própria customização do personagem. Esse processo permite que os jogadores alterem a cor e o corte do cabelo do personagem, o sexo, os equipamentos utilizados na cabeça e a cor do vestuário de cada classe. O próprio nome do personagem é aspecto utilizado para interagir, podendo identificar-se através dele em grupos específicos ou propor uma ou múltiplas identidades. Algumas profissões podem utilizar acessórios exclusivos, como o “mercador” e suas evoluções, que utilizam carrinhos que aumentam a capacidade de carga do personagem, além de modificar o visual.

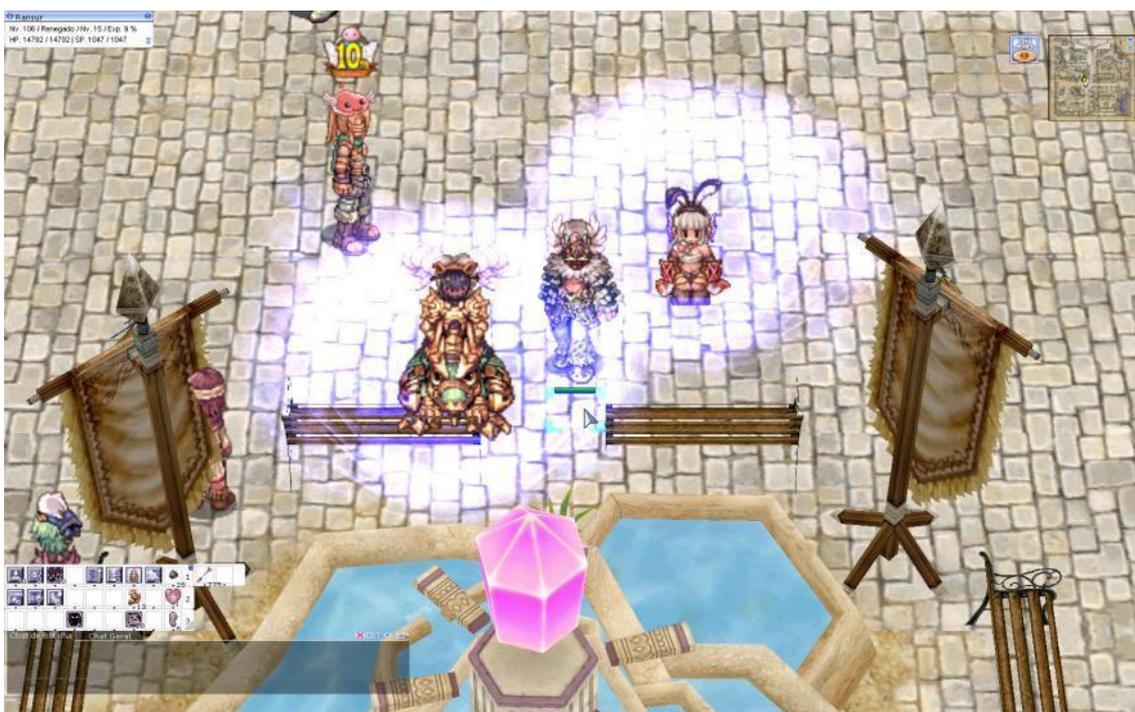


Figura 31 - Personagens com diferentes equipamentos de customização

Essas alternativas de customização são utilizadas pelos jogadores de diferentes maneiras, seja com o intuito de caracterizar um grupo específico de personagens ou *guild*; diferenciar a sua aparência em relação a dos demais jogadores, utilizando equipamentos muito mais pela função ornamental do que pela possibilidade de melhoria nos atributos de ação; função de *status* social que pode ocorrer quando um jogador alcança uma classe poderosa, o nível máximo do personagem (ao atingir o nível máximo, uma aura brilhante surge ao redor do personagem, evidenciando sua conquista) ou quando consegue um item raro que poucos jogadores possuem; também a demonstração de traços da personalidade do jogador ou gosto através da customização.

Alguns jogadores utilizam os símbolos das *guilds* como uma forma de *status* social, principalmente quando se trata de uma *guild* poderosa no mundo do jogo. Aparentemente, há uma forte ligação dos jogadores com a aparência de seu personagem, principalmente pelo fato de o mundo virtual de *BRO* ser um ambiente propício para a construção de formas híbridas e projeções ideais do “eu” nos personagens. É muito comum encontrar personagens utilizando chapéus, máscaras, roupas e cabelos dos mais variados tipos e cores, pois o mundo do jogo se mostra permissível a essas misturas, sem maiores ponderações, conservadorismos e convencionalismos, diferentemente do mundo em que se vive fora do jogo. No entanto, ressalte-se também, que o jogo reproduz padrões de diferenciação simbólicos presentes na sociedade (como os citados acima no caso da customização) e também marcados pelo “poder simbólico”⁷⁴ (BOURDIEU, 1998) adquirido na realidade virtual.

A experiência em *BRO* mostra que os equipamentos cumprem funções para além do aumento das habilidades do personagem, tornando-se dispositivos utilizados para se comunicar, para constituir sentido na interação com outros jogadores. Identificou-se ainda que o próprio sistema de balanceamento das profissões no jogo tem papel de mediador em processos de interação entre jogadores, exercendo uma função comunicacional de suma importância para o jogo. Cada personagem possui potencialidades e fraquezas diferentes que resultam em uma dependência recíproca entre jogadores. Essa vinculação estimula a interação entre jogadores para cumprir os objetivos do jogo, mas, em muitos casos, a relação entre os

⁷⁴ “O poder simbólico, conceito caro a Bourdieu que tem suas raízes na teoria durkheimiana, pode ser definido como o poder de construção da realidade, ou seja, do sentido imediato do mundo social. Os símbolos tornam possível o consenso acerca do mundo social e contribuem, desta forma, para a reprodução da ordem social (BOURDIEU, 1998, p. 09). Trata-se da forma transformada de outras formas de poder (como o econômico, por exemplo), portanto, irreconhecível, ignorada como arbitrária. O poder simbólico é baseado em um crédito que aquele que lhe está sujeito dá àquele que o exerce, o que só é possível porque aquele que lhe está sujeito crê que ele existe” (COSTA, 2006, p.70).

usuários extrapola esses fins e alguns jogadores mantêm afinidades para além de uma missão ou caçada.

Essas relações podem ser observadas durante os diálogos dos jogadores nas cidades, no qual ficam com seus personagens sentados e conversando motes que, não necessariamente dizem respeito ao jogo (STEINKUEHLER; WILLIAMS, 2006). Outro exemplo são os clãs criados com foco apenas na diversão e interação dos usuários, sem objetivo de conquista de castelos na guerra ou disputas de poder com outros clãs. Essas são chamadas de “*guilds for fun*” ou “*4fun*”.

Existem ainda outras atividades que exercem papel de mediadoras de processos comunicativos entre os jogadores, como eventos lançados periodicamente no mundo do jogo (a exemplo dos eventos de natal), casamentos, passagem pelo campo de treinamento e testes para mudança de classe. Os processos de interação no jogo ocorrem tanto para o bem comum no jogo como para o mal, pois, por vezes, os processos interacionais podem ser tão benéficos aos jogadores quanto violentos. Ocorre que, não raramente, jogadores interagem com outros a partir de roubos, mendicância, extorsões, *killsteals*⁷⁵ (*KS*), *grieffing*⁷⁶, exclusão social e preconceito. O caso mais recente de arruaça nos servidores e que gerou inúmeras contas de jogo bloqueadas foi o caso do *bigode grisalho*, que era utilizado para atrapalhar a conexão e atividades de outros jogadores⁷⁷.

Em relação ao comércio em *Brasil Ragnarök Online*, trata-se de uma atividade intensa que a princípio está relacionada apenas com a coleta de itens e a negociação nas cidades, mas também se mostra como uma rede complexa de transações, ações ilegais e conflitos entre jogadores, empresa distribuidora e engenheiros programadores. Essa questão será abordada mais especificamente no próximo tópico.

O que chama atenção em relação às atividades principais dos jogadores é que se mostram diretamente interligadas umas as outras. Na tentativa de elucidar essa relação, criou-se um gráfico para demonstração dessa demanda (ver figura 32).

⁷⁵ *KS* é quando um jogador ataca ou derrota um monstro que outro jogador atacou primeiro.

⁷⁶ Prática comum em *Brasil Ragnarök Online*. Quando um jogador ou um grupo de jogadores irrita outros jogadores, atrapalha o jogo ou causa arruaça no mundo do jogo atrapalhando a experiência de jogo de outros usuários.

⁷⁷ Para mais informações sobre o caso ver <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/noticias/comunicados/resolucao-sobre-o-caso-do-bigode-grisalho.lhtml>

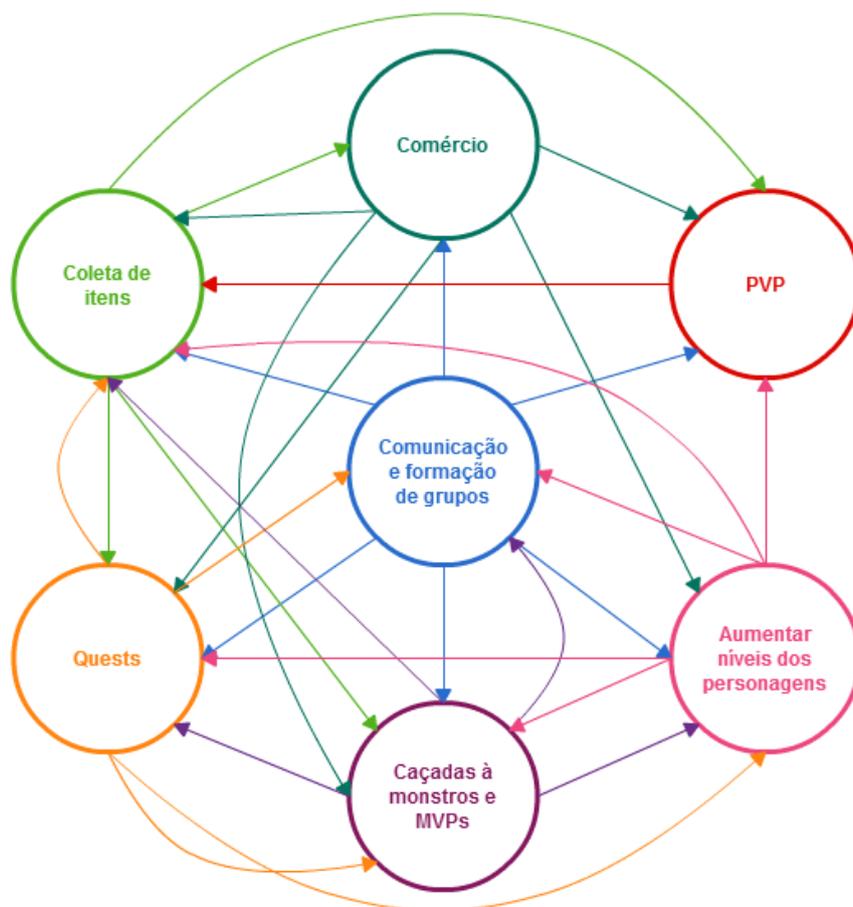


Figura 32 - Esquema da inter-relação complexa entre as principais atividades em BRO

Fonte: Elaborada pelo autor

Percebe-se que uma atividade sempre tem ligação com pelo menos uma das outras (por exemplo, o círculo rosa que representa “aumentar níveis dos personagens” está ligado à atividade de caçada, às *quests* que oferecem XP e ligada na formação de grupos, assim como é necessário coletar itens poderosos para melhorar o personagem ou para batalhar no PVP). Todas as atividades estão relacionadas diretamente ao que se pode chamar aqui de *dupla experiência*, algo essencial neste jogo, baseando-se no que foi citado no *capítulo 1* como *dupla presença*. Chama-se dupla por levar em consideração dois aspectos, a *qualidade do personagem de um jogador* e a *experiência de jogo do usuário*, ou seja, suas habilidades enquanto jogador, seu conhecimento sobre o jogo, técnicas, relação com a comunidade de jogadores e outros. Para Yee (2006), pontos como reputação e aprender a socializar dentro de jogos como *Ragnarök Online* são fundamentais para a evolução do personagem.

Na figura 33 há um esquema gráfico acerca dos elementos que compõem a dupla experiência em BRO.

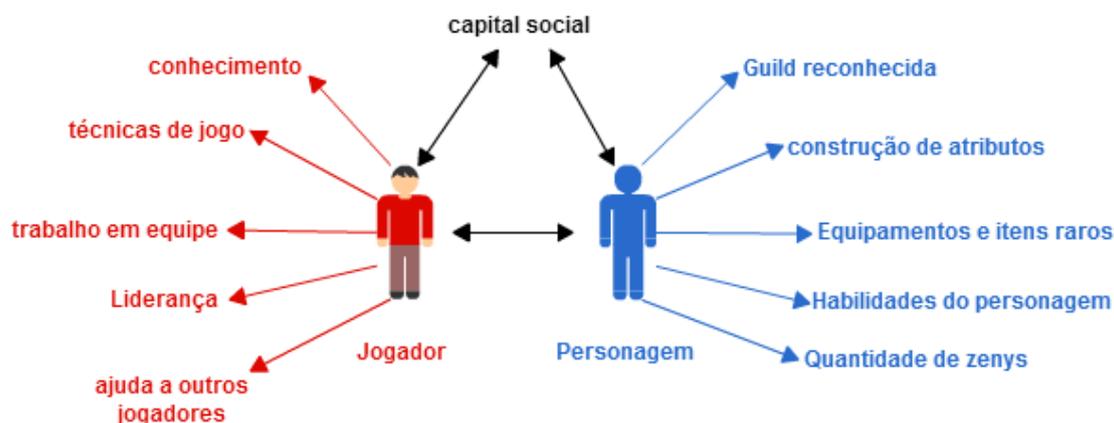


Figura 33 - Dupla experiência em BRO

Fonte: Elaborada pelo autor

2.4 – A rede complexa de BRO

Ao observar *Brasil Ragnarök Online* através do servidor *Asgard*, ficou evidente que a experiência de jogo está para além da imersão no mundo virtual do jogo. Percebe-se a constituição de uma rede complexa de produção e acesso a conteúdos de forma colaborativa, em sua maioria criada pelos próprios jogadores, extrapolando a ambiência do jogo. Em suma, a experiência de jogar um *game* como *BRO* é muito mais complexa do que aparenta.

Para evidenciar isso, observaram-se duas situações que deixaram clara a existência de uma rede complexa de interações interligada ao ambiente do jogo. Nesse sentido, tem-se a *rede de negociações* que é um sistema diversificado de comércio diretamente relacionado ao jogo e aos usos e apropriações dos *paratextos* (KLASTRUP, 2009), que são outras ambiências *on-line* como os *blogs*, *fóruns*, *databases* e *vídeos*, elementos de suma importância para a interação do jogador com o ambiente de jogo. O termo especifica exatamente a presença de “textos” externos ao mundo virtual de *BRO*, mas que podem ser considerados como partes da experiência de jogo. Klastруп (2009), Ducheneaut (2010) e Falcão (2013) identificaram situações semelhantes ao estudar outros jogos do tipo *MMORPG*.

Jogadores buscam diferentes ambiências na busca de conhecimento e outras experiências de interação para além do mundo virtual do *game*. Ducheneaut (2010) critica trabalhos que não consideram a existência do que chama de ecologia em torno de mundos virtuais. Jenkins (2008) demonstrou, em pesquisa acerca do *game on-line Star Wars Galaxies*, a importância da relação direta entre jogadores e designers ou administradores dos mundos virtuais, e como a participação ativa dos jogadores em diferentes ambiências buscam modificar a lógica do jogo. Essa é uma questão também abordada por Taylor (2009) quando

sugere que jogadores participam ativamente nesses jogos, desde testes para auxiliar a resolver problemas técnicos do *game* ou na criação de novos conteúdos, de forma que essa participação não se restringe ao mundo virtual do jogo.

BRO apresenta essa configuração explicitamente através dos dois processos citados anteriormente. Em relação à *rede de negociações*, essa se mostra em um constante fluxo entre o mundo virtual do jogo e outras ambiências *on-line*. No jogo, a negociação de itens é constante, seja através do sistema de troca entre jogadores ou nas pequenas lojas criadas pelos personagens da classe “mercador” e suas evoluções, principalmente alocados na cidade de *Prontera*. No caso específico do servidor *Asgard*, há uma comunidade na rede social *Facebook*, intitulada “*Servidor Asgard – bRO [Comércio]*”⁷⁸, na qual jogadores propõem venda e troca de itens, seja por *zenys* ou por reais (R\$). A negociação relacionada aos personagens é outra constante entre jogadores de *BRO*. Observou-se a existência de práticas como *Leech* e *Slave*, no qual um usuário paga outro jogador para ajudá-lo a subir de níveis⁷⁹.

Há transações envolvendo personagens que extrapolam o mundo virtual. Uma prática também comum é a venda de contas com personagens poderosos por reais (R\$). Alguns jogadores dedicam-se exclusivamente a adquirir contas de jogo e criar vários personagens e aumentar seus níveis até o máximo possível. Existem *sites* específicos para venda de personagens e dinheiro do jogo (*zenys*) por Reais (R\$)⁸⁰. Há ainda anúncios de venda de *zenys* na comunidade *Servidor Asgard – bRO [Comércio]* do *Facebook*, como mostrado na figura 34.

⁷⁸ Para mais informações ver: <https://www.facebook.com/groups/269071269881032/?fref=ts>.

⁷⁹ O *leech* consiste na criação de um grupo no qual o jogador que presta o serviço caça monstros pelo mapa enquanto o usuário que contratou o serviço apenas fica sentado ganhando os pontos de experiência. Já a contratação do *Slave* (escravo em português) também envolve a ajuda de outro personagem, entretanto, quem contrata o serviço caça os monstros e o *Slave* apenas auxilia com habilidades que aumentam os atributos do outro personagem ou curando-o e, geralmente, o ajudante é um personagem das classes noviço, sacerdote ou arcebispo, do tipo “suporte”.

⁸⁰ Utiliza-se a letra “k” para especificar certa quantidade de *zenys*, por exemplo: milhares de *zenys* são representados por “k” (cem mil = 100k), milhões por “kk” (um milhão = 1kk) e bilhões por “kkk” (um bilhão = 1kkk). O site <http://www.ragnavendas.com/> apresenta um sistema próprio para cadastro de jogadores que desejam comprar e vender *zenys* ou personagens. O site <http://www.dfgames.com.br/> oferece a venda de grandes quantidades de *zenys*, com tabela de preços para a visualização dos valores.

Venda de KKS Neshastore

| SERVIDOR | PREÇO | GRANDES QUANTIDADES |
|----------|----------|----------------------------------|
| @THOR | R\$ 0,35 | + de 1b R\$ 0,33 |
| @ASGARD | R\$ 0,85 | + de R\$ 100,00 (1kk = R\$ 0,80) |
| @ODIN | R\$ 1,00 | |

Trocas

| TROCO (MEU) | SEUS KKS |
|-------------|------------|
| 1kk Asgard | 2,5kk Thor |

Promoções Fixas

- 050%** de bonus em kks na sua primeira compra
- 050%** de prêmio em kks na indicação de 1 amigo (exemplo: 10 compra 20k, você ganha 10k)

Curo ofertas desde que sejam reais e de vendedores confiáveis.
Bonus e descontos totalmente negociáveis para compras maiores!
Vendo personagens & itens!

Curtir · Comentar

Figura 34 - Oferta de zenys para todos os servidores de BRO

Fonte: <https://www.facebook.com/groups/269071269881032/?ref=ts&fref=ts>

Toda essa movimentação comercial em torno dos servidores de *BRO* está diretamente relacionada a questões políticas, éticas e legais em torno do jogo. Existem inúmeros *websites* que comercializam o resultado de grandes períodos de utilização de *BOTs* (um pequeno *software* que, no contexto do jogo, permite simular ações de jogadores no controle de personagens)⁸¹. Em conversa informal com jogadores, percebeu-se que alguns são a favor da prática pelo fato de que para reunir grande quantidade de *zenys*, níveis e itens raros, muito tempo de jogo é necessário e nem sempre a vida fora do jogo permite muitas horas de dedicação. Logo, o *BOT* cumpriria essa função enquanto o jogador foca suas atividades nas batalhas com outros jogadores ou nas guerras. Entretanto, para outros, essa é uma prática que atrapalha o jogo e torna-o injusto para com aqueles que não se utilizam desses *softwares*.

Alguns jogadores já se manifestaram em forma de protesto contra tal prática e contra o descaso da empresa distribuidora, como em parte da fala de um jogador⁸², que fomentou uma discussão sobre a questão no fórum da própria *Level Up!*.

[...] Fui entrando mais a fundo chegando na parte das dungeon e acabei me deparando com muito mais bots, fiquei impressionado com a quantidade e o mais impressionante ainda é a cara de pau que o pessoal deixa os bots rodando, imagino que não deve ter nem uma impunidade ou se tem não está sendo usada. Li no link <http://levelupgames.uol.com.br/ragna...-tickets.lhtml> que é muito burocrático você denunciar um bots descarado deixar o a seta do mouse em cima do player..... o

⁸¹ Ver, por exemplo, <http://vendasragna.webnode.com.br/>

⁸² Texto presente no endereço eletrônico <http://sites.levelupgames.uol.com.br/forum/ragnarok/showthread.php?146107-Servidor-Asgard-Somente-Bot-e-n%E3o-player-!!!!>

kra não pare de andar como vamos fazer isso? Sinceramente meus amigos já estão querendo desistir do servidor em menos de 1 semana de jogo eu estou tentando fazer a cabeça deles para não desistir porque imagino que isso não é digno de um servidor BRO. Por isso vim aqui pedir para os responsáveis do servidor ficar uma hora em algumas dungeons e vai ver que tudo que estou falando é mais que verdade o serve está virando botserver [...].

Outra problemática que se observa a respeito da utilização dos *BOTs* é o estigma criado no mundo do jogo em relação às classes “Desordeiro” e “Renegado”. Por possuírem uma habilidade que aumenta a quantidade de itens derrubados pelos monstros, são as mais utilizadas como *BOTs*. Ocorreu que o próprio personagem utilizado pelo pesquisador sofreu certo preconceito por ser confundido com um *BOT*, ao passo que foi necessário um diálogo entre o pesquisador e o jogador para esclarecer o mal entendido. Há *BOTs* com nível de sofisticação elevados que até simulam falas dos jogadores, que, ao passar perto deles, emitem uma mensagem de texto.

Outra situação constante é a falta de compromisso de alguns jogadores em processos de negociação, roubando itens e enganando usuários que se comprometem a realizar trocas e vendas de maneira honesta. Alguns jogadores utilizam a própria página do *Facebook* voltada para negociações para denunciar os que atrapalham ou agem com desonestidade nesses processos (ver figura 35).

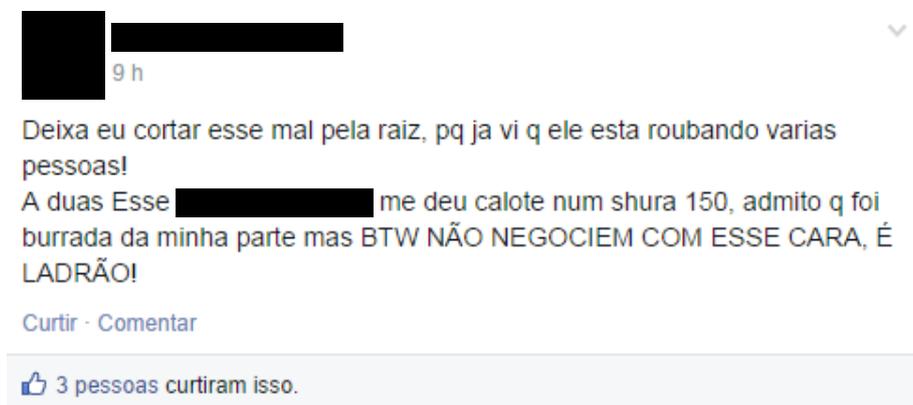


Figura 35 - Denuncia contra negociadores desonestos

Fonte: <https://www.facebook.com/groups/269071269881032/?ref=ts&fref=ts>

Como citado anteriormente, outro ponto a ser destacado são os *paratextos*, conteúdos e ambientes que estão para além do mundo virtual de *BRO*. Esse ponto já fica claro com a própria relação direta entre o *site* oficial de *Brasil Ragnarök Online* e o mundo virtual do jogo. A página apresenta conteúdo relacionado às atualizações no *game* que não estão presentes nele, banco de dados sobre monstros, itens e equipamentos (ver figura 36) além de informações básicas para iniciantes e *links* para outros *sites* que constroem conteúdos para

BRO, como o fórum Necrópole Comercial⁸³ e a auto intitulada enciclopédia brasileira de *RO*, BROWIKI⁸⁴.

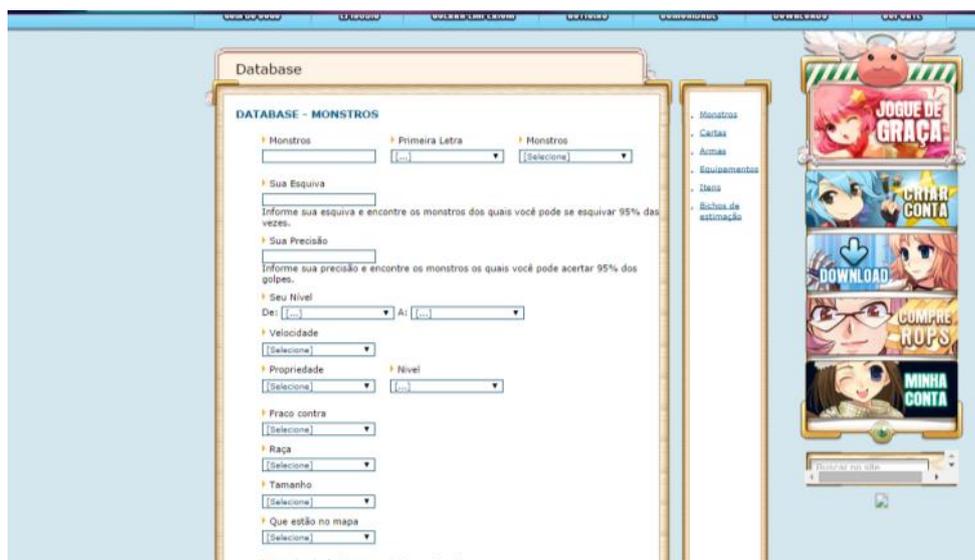


Figura 36 - Database oficial de BRO

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/guia-do-jogo/database/bem-vindo>

Há também outros *sites* conhecidos como *databases*, espécies de banco de dados com inúmeras informações sobre o jogo⁸⁵. Ferramentas igualmente importantes para a experiência de jogo são os tutoriais e vídeotutoriais para realização de *quests*, que em muitos casos, são criados pelos próprios jogadores (ver exemplo na figura 37).

⁸³ Os *sites* seguem a lógica de uma construção colaborativa de conteúdo sobre o jogo, apresentando um acervo imenso de informações sobre o mesmo, com informações sobre os personagens, melhores itens e atributos para cada classe, locais para conseguir bons itens e pontos de experiência, entre muitas outras informações, todas produzidas por administradores e usuários. Para mais informações, ver <http://www.necropolecomercial.com/site/>.

⁸⁴ <http://browiki.org>.

⁸⁵ Para mais informações ver <http://ratemyserver.net/>, <http://www.ragdata.com/> e <http://www.roempire.com/>.

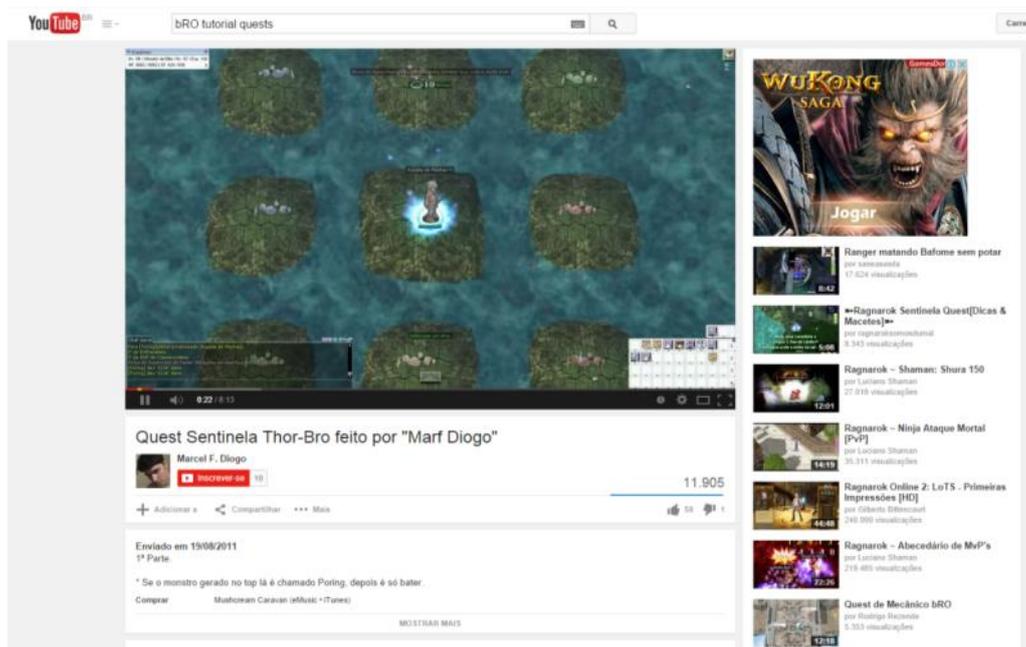


Figura 37 - Tutorial para realização da quest da classe Sentinela

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=6mzcVw9oob0>

Outro ponto relevante identificado foram as comunidades de jogadores voltadas para a discussão de questões do *game*, mas também para se conhecer e se relacionar. Um aspecto que chamou a atenção foram as tentativas dos jogadores em contar histórias sobre seus personagens e sua experiência de jogo a partir de postagens de vídeos no *youtube.com*. Alguns vídeos mostram todo o percurso do personagem para chegar ao nível 150 de base. Esses vídeos servem como forma de narrativa sobre o personagem, além de auxiliar os jogadores a realizar os mesmos feitos.

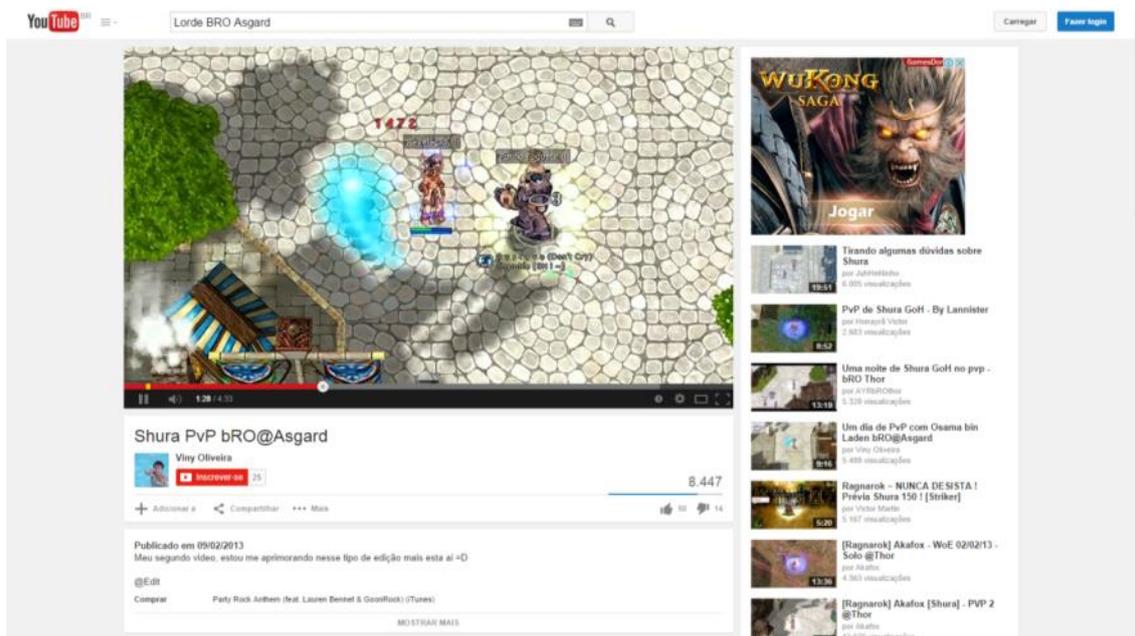


Figura 38 - Vídeo pessoal acerca do personagem da classe Shura

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=Et2gt9jbwaM>

Percebe-se, portanto, que *BRO* possui uma *rede complexa de negociações* e de práticas interacionais a partir dos *paratextos* que estão para além do ambiente do jogo, ou, de fato, fazem parte dele, como aponta Ducheneaut (2010). Na verdade, são práticas que seguem fluxos constantes entre mundo do jogo e outras ambiências *on-line*, seja para negociações, seja para a pesquisa e acúmulo de conhecimento sobre o jogo, ou ainda, para produzir uma grande quantidade de informações sobre *BRO* que auxilia outros jogadores e permite um elevado número de pessoas em torno de um objetivo comum.

Considerando esses aspectos, buscou-se elaborar um esquema gráfico para tentar elucidar os elementos que envolvem a experiência de jogo em *BRO*, buscando considerar os aspectos discutidos anteriormente (figura 39).

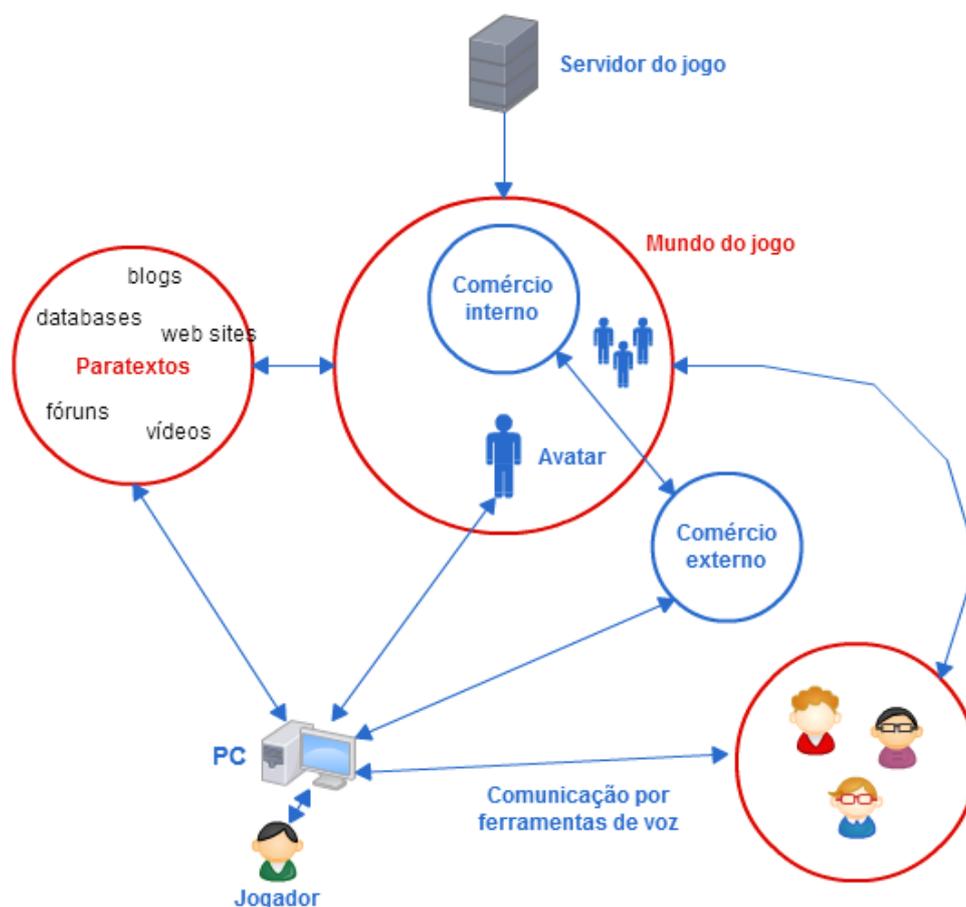


Figura 39 - A experiência rizomática de jogo em *BRO*

Fonte: Elaborado pelo autor

Percebe-se que esta rede complexa segue ideais do que Jenkins (2008) entende por cultura participativa e narrativas transmídia, ou seja, refere-se à participação ativa e colaborativa dos usuários em transformar o mundo do jogo, mas, também, em criar novos conteúdos em diferentes ambiências midiáticas, ao ponto de desenvolver novas narrativas e

substâncias que se somam ao que se pode chamar de esfera do jogo (que engloba o mundo virtual de *BRO* e outras ambiências midiáticas *on-line*). Elas vão se articulando de modo a construir um grande universo de histórias, experiências, práticas e interações.

Essa ecologia midiática que consiste o universo de *BRO* pode ser considerada como um exemplo prático da complexidade e diversidade mencionada por Braga (2012) acerca da organização de circuitos e do fluxo adiante, de modo que os ambientes são tão ricos de experiências comunicacionais, inventadas tentativamente e de forma constante, que, de fato, não se sabe ao certo onde iniciam ou terminam, mas é possível observar seu fluxo contínuo de produção de conteúdo e potencial para observação de fenômenos comunicacionais.

Consideram-se ambientes como o de *BRO*, um grande espaço oriundo de processos como o descrito por Lévy (1999) como inteligência coletiva. Também é interessante notar a capacidade de fomentar debates políticos e éticos nesses jogos, sendo constantes as contendas e discussões acerca do andamento da administração do servidor ou sobre as ações dos jogadores. Fica nítido também que, apesar de *BRO* ser um mundo controlado em que se paga para acessar dois dos três servidores, ainda sim, são ambientes transformados muito mais pela ação dos jogadores do que pela empresa que detém o direito para oferecer o serviço.

Descritas as principais características do jogo e suas dinâmicas comunicacionais estratégicas, especialmente entre os jogadores, o próximo capítulo terá como foco a análise propriamente dita, retomando os objetivos da dissertação.

CAPÍTULO 3 - AMAZÔNIA VIRTUAL EM RAGNARÖK ONLINE

A partir da abordagem inicial acerca do mundo de *BRO* e de toda extensão midiática em que se desdobra o jogo, parte-se especificamente para o conteúdo relativo à cidade virtual *Brasilis*, por conseguinte, à observação e interação com os elementos que representam a região amazônica presentes no jogo.

Para a visita à cidade de *Brasilis*, utilizou-se o mesmo personagem (“Ransur”) e buscou-se informações sobre o local referente ao seu acesso, *quests* (missões) e monstros, tanto através de diálogo informal com outros jogadores, como também por intermédio dos *paratextos*, incluindo o conteúdo apresentado no *hotsite* oficial do episódio. Nos próximos tópicos, serão apresentados os dados relativos ao conteúdo sobre *Brasilis* encontrado nos *paratextos* - já que também fazem parte da experiência de jogo - , assim como o próprio

processo de imersão através do personagem em *Brasilis*, com a descrição e análise do local e dos elementos ali presentes. O enfoque será dado para as representações amazônicas.

3.1 Um convite à descoberta de um paraíso perdido

BRO passa por manutenções e atualizações periódicas, de modo a viabilizar para seus jogadores novos conteúdos que vão tornando o mundo virtual do jogo mais complexo e rico em sua geografia, narrativa e possibilidades de ação por parte dos jogadores⁸⁶. Algumas destas atualizações contêm novas cidades virtuais, novos itens e equipamentos para os jogadores, monstros e também as missões conhecidas como *quests*. Essas atualizações são intituladas de “episódios” e cada um contém conteúdo novo para o jogo, juntamente com novas narrativas que são incorporadas ao mundo virtual do *game*, hibridando-se com a narrativa principal baseada na mitologia nórdica. No *site* oficial de *BRO*, há uma aba específica para acesso às informações dos *episódios*. Até o momento, já foram lançados e incorporados ao jogo 24 episódios⁸⁷.

Ragnarök Online tornou-se, então, um híbrido complexo de representações de elementos culturais de diferentes regiões, de paisagens geográficas e estruturas arquitetônicas. No jogo é possível observar essa pluralidade. Sousa (2010) destaca que a utilização de hibridismos culturais é uma constante em produtos midiáticos relacionados à indústria dos *games*.

Em 2009, a *Level Up!* adicionou em seu *site* oficial um *link* para o *hotsite* de lançamento do episódio *Brasilis*, fazendo referência a cidade intitulada com o mesmo nome do episódio, que, segundo consta no próprio *hotsite*, é “uma cidade criada em homenagem ao nosso país” (ver figura 40).

⁸⁶ A empresa distribuidora *Level Up!*, como mencionado, é responsável pela manutenção e por constantes atualizações na versão brasileira do jogo. A empresa *Gravity Corporation* produz atualizações para o mundo virtual de *RO* e as respectivas distribuidoras de cada versão programam essas atualizações, deliberando acerca dos conteúdos que podem ou não se adequar melhor a cada versão.

⁸⁷ Observe-se também que algumas atualizações trouxeram conteúdos que são representações adaptadas de locais e culturas existentes no mundo físico, como no caso de *Moscóvia*, baseada na cultura e arquitetura de *Moscou*; *Dewata*, cidade virtual inspirada na Indonésia e *Brasilis*, inspirada no Brasil. É comum em *BRO* a presença de cidades virtuais inspiradas em países do mundo fora do jogo. Por exemplo, as cidades de *Payon*, com elementos característicos da antiga Coréia; *Morroc*, com representações arquitetônicas e culturais do Oriente Médio e *Amatsu*, possivelmente inspirada no Japão feudal.



Figura 40 - Hot site oficial do episódio *Brasilis* (http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/).

Na atualização está presente a cidade virtual *Brasilis* com diversas representações de elementos arquitetônicos de diferentes épocas e culturas do Brasil, assim como lendas do folclore brasileiro, alimentos, fauna e flora. No *hot site* estão informações do pacote de atualização, imagens do conteúdo, vídeo de apresentação, história da cidade virtual de *Brasilis* e o texto de apresentação para convidar os jogadores a conhecer o ambiente. O discurso, de modo acrítico, enaltece as características paradisíacas e exóticas do local (“um remoto Paraíso Tropical”). Como já foi abordado na Introdução, quando nos referimos à imagem estereotipada veiculada pela mídia sobre a Amazônia, o *game* também faz referência e ratifica a imagem de um Brasil presente no imaginário coletivo ocidental em que a natureza exuberante, a alegria e receptividade do povo, além de uma paisagem misteriosa e ainda a ser explorada, seriam as principais características do país.

Há centenas de anos corre pelo continente de Midgard a lenda sobre um remoto Paraíso Tropical. Uma terra com uma energia contagiante e cheia de riquezas naturais, onde o povo nativo vive em harmonia com a natureza e qualquer forasteiro seria bem-vindo. Dezenas de exploradores, imigrantes e sonhadores teriam desaparecido ao se lançarem ao mar à procura dessa terra abençoada pelos deuses (fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/).

Há na página principal do jogo, um vídeo de apresentação que exhibe o conteúdo da cidade também ressaltando o local como um paraíso de belas riquezas naturais, porém misterioso. O material textual do vídeo segue o exemplo do texto de convite aos jogadores, citando as mesmas características da cidade:

“Um paraíso tropical abençoado pelos deuses”.
 “Repleto de belezas exóticas e maravilhas naturais”.

“Mas também uma terra misteriosa e cheia de desafios” (fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/).

No *link* “história”, está presente a narrativa de *Brasilis*. Há diversas semelhanças e referências à história do Brasil (como a descoberta por Pedro Álvares Cabral) na forma de paródia, com conflitos religiosos, expansão marítima, comércio de artefatos, além da própria referência às inúmeras narrativas fantásticas criadas a respeito de viagens marítimas e da própria região “descoberta” (“terras de encantos mil”, “paraíso tropical”, “terra do sol e samba”):

“O jovem Pedro Árvores [Cabriolal] teria partido de Alberta com 13 embarcações, para alcançar a então longínqua Ayothaya e estabelecer um comércio de especiarias. Mas uma tempestade mudou sua rota e acabou levando-o para uma ilha desconhecida. Pedro aportou num verdadeiro paraíso tropical, habitado por índios bastante amigáveis, que se pintavam com tinturas coloridas e viviam em harmonia com a natureza e os espíritos locais”.

“[...] Teria sido para essa terra de encantos mil que tantas pessoas teriam tentado ir ao longo dos anos? (...). Hoje conhecida como Brasilis, a terra do sol e do samba se transformou em uma grande nação. Seus habitantes construíram uma magnífica metrópole próxima à praia, responsável pelo nome atual da ilha”.

“Ainda assim, a região não está livre de perigos, e possui uma grande quantidade de mistérios, sempre envoltos nas mais curiosas superstições. Seres folclóricos ainda hoje habitam a densa floresta, prontos para representar um obstáculo a qualquer explorador desavisado”.

(Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-historia.html).

O *hotsite* contém algumas imagens de partes da cidade de *Brasilis*, alguns elementos arquitetônicos são representações de estruturas presentes em cidades brasileiras, adaptadas para o contexto do jogo (ver figuras 41, 42, 43 e 44 e 45). As adaptações não se restringem apenas ao visual das estruturas, foram criadas narrativas próprias relacionadas ao contexto do jogo para explicar a criação de tais composições, como no caso do MAB – Museu de Arte de *Brasilis* (ver figura 41), representação explícita do Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand – MASP:

“O Museu de Arte de Brasilis é uma das mais importantes instituições culturais a ser encontrada na ilha, guardando em seu acervo peças históricas que retratam toda a evolução de Brasilis, assim como algumas obras trazidas de outras partes do mundo pelos imigrantes que aportaram aqui. Projetado pela arquiteta modernista Bina Lom Bardi, ele é famoso por seu vão-livre que se estende sob quatro enormes pilares, que sustentam toda a construção. Recentemente, porém, começaram a surgir rumores sobre o Museu ser mal-assombrado”. (Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-novidades.html)



Figura 41 - MAB - Museu de Arte de *Brasília*

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-novidades.html



Figura 42 - Catedral de *Brasília*

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-novidades.html



Figura 43 - Calçada de *Kotakahuana*

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-novidades.html



Figura 44 - Casas em estilo colonial

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-novidades.html



Figura 45 - Casas em estilo europeu

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-novidades.html

Como citado anteriormente, além da cidade virtual, o lançamento do episódio também revelou novos itens (figura 46), monstros (figura 47) e locais próximos da cidade que podem ser visitados pelos jogadores. Também foram adicionadas *quests* (missões) que fazem referência às lendas do folclore brasileiro, como “O Canto da Iara” e “Lenda da Vitória-Régia”. A atualização também contou com trilha sonora que mistura ritmos de músicas brasileiras, criada pela *Tec Toy Digital* (GAMESTART, 2009).



Figura 46 - Exemplos de novos itens adicionados a partir do lançamento do episódio *Brasilis*

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-itens.html



Figura 47 - Monstros inspirados em lendas do folclore e fauna brasileiras

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-monstros.html

Após o lançamento do episódio, jogadores postaram vídeos de *gameplay*⁸⁸ no portal *youtube.com*. Os vídeos mostram os usuários apresentando *Brasilis*, desbravando os mapas do episódio, batalhando contra monstros e realizando missões⁸⁹. Parte do material audiovisual também auxilia outros jogadores a encontrar locais escondidos e os passos a seguir para completar as *quests*.

⁸⁸O sentido de *gameplay* citado acima se refere aos vídeos em que um sujeito joga e comenta a sua experiência de jogo enquanto é filmado ou filma a tela de jogo. A prática se tornou comum nos últimos anos, com diversos vídeos e canais no *youtube.com* voltados para a temática (CLASEN, 2012).

⁸⁹Para acessar alguns vídeos ver https://www.youtube.com/results?search_query=brasilis+ragnarok&page=1.

No período do lançamento do episódio *Brasilis*, diversos sites de notícias especializados⁹⁰ na temática “games” destacaram a adaptação de um conteúdo nacional ao jogo *Ragnarök Online*. Júlio Vieitez, diretor geral da *Level Up!* no Brasil na época do lançamento, apontou *Brasilis* como “[...] o maior conteúdo nacional já feito para um jogo on-line de sucesso mundial. Por ser pioneiro no país, ‘*Ragnarök*’ tem um lugar de destaque no mercado brasileiro, e o desenvolvimento desta cidade reforça sua importância” (UOL JOGOS, 2009). O comentário de Vieitez acerca do sucesso de *Ragnarök* no Brasil talvez faça referência exatamente aos mais de 1,8 milhão de jogadores que a versão brasileira do jogo já recebeu (G1, 2010). O lançamento do episódio também movimentou conteúdos criados pelos próprios jogadores em fóruns de discussão e portais de conteúdo sobre *RO*⁹¹.

Alguns destes sites abordaram a questão de a atualização *Brasilis* carregar elementos simbólicos da região amazônica para representar o Brasil no jogo (DZAÍ, 2009; PAVARIN, 2009; GAMESTART, 2009; MAURO, 2009), através de itens, monstros, missões e em localidades ao redor de *Brasilis*. Exatamente acerca dessa questão que se ensejou o problema dessa pesquisa, analisar os sentidos propostos pelas representações da Amazônia em *BRO*, lançadas no episódio *Brasilis*.

Após essa breve explanação do lançamento do episódio, percebe-se que a apresentação do episódio *Brasilis* no *hotsite* oficial reforça estereótipos do Brasil, através do samba (a música tema da cidade, apresentada no vídeo demonstra um ritmo similar); referência ao imaginário fantástico sobre o país, construído historicamente; o apelo turístico citando as riquezas naturais e “exóticas” da região; além de reforçar a figura do indígena como uma figura atrelada diretamente à natureza, de poucas vestes, pinturas pelo corpo e outros elementos.

O principal ponto considerado é o convite para o jogador atuar na posição de explorador em *Brasilis*, de modo a estimular a “descoberta” do local “misterioso”, caçar criaturas do local e pilhar itens e tesouros ali existentes. Sentidos são atribuídos e reforçados a partir das ações solicitadas aos jogadores, desse modo, buscou-se acessar o ambiente de

⁹⁰Para mais informações sobre o conteúdo das notícias ver: <http://info.abril.com.br/noticias/internet/ragnarok-ganha-cidade-brasileira-30102009-36.shl>;
http://www.dzai.com.br/correioweb2/noticia/montanoticia?tv_ntc_id=27068;
http://www.baixakijogos.com.br/noticias/level-up-anuncia-brasilis-a-cidade-brasileira-de-ragnarok_167429.htm;
<http://jogos.uol.com.br/pc/ultnot/2009/10/28/ult182u8267.jhtm>;
<http://adrenaline.uol.com.br/games/noticias/3234/ragnarok-tem-nova-cidade-inspirada-no-brasil.html>;
<http://www.gamestart.com.br/noticia/11609/ragnark-passa-a-ter-cidade-inspirada-no-brasil>;
<http://www.coxanautas.com.br/blogs/games/?id=1269>;

⁹¹Para mais informações ver: <http://browiki.org/wiki/Brasilis>;
http://www.necropolecomercial.com/site/index.php?option=com_content&task=view&id=318&Itemid=32.

Brasilis e analisar, a partir do modelo metodológico proposto no capítulo 1, a constituição de sentido a partir da interação com os elementos que representam especificamente a região amazônica.

3.2 Rumo à *Brasilis*, a “ilha desconhecida”

No caso de *Brasilis*, o acesso se dá através da cidade portuária *Alberta*, a cidade se apresenta com uma área central semelhante a uma praça arborizada, com uma área predominantemente verde com diferentes passagens que estão interligadas com outras áreas da cidade, como o calçadão e a praia, áreas urbanas (à esquerda e à direita da cidade, com inúmeras casas), *MAB*, Catedral de *Brasilis*, Teleférico, lojas de ferramentas e armas, estalagem, pousada e restaurante. Na figura 48 pode-se observar o mapa da cidade de *Brasilis*. Os pontos marcados no mapa referem-se a localidades importantes ao jogador, como loja de itens e equipamentos, loja de comidas, portais ou armazém de itens.



Figura 48 - Mapa de Brasilis
Fonte: <http://browiki.org/wiki/Brasilis>

É interessante observar as edificações presentes na cidade, pois fazem referência a estilos arquitetônicos europeus e estilos coloniais como mencionado no próprio *hotsite* do episódio, evidenciando os traços do processo de colonização europeia (figura 49). Na realidade, a própria narrativa do jogo faz referência à colonização do *Brasil*, que recebe ênfase através da representação gráfica em três dimensões.



Figura 49 - Casas em estilo colonial e estilos arquitetônicos de origem europeia

Ao explorar a cidade, percebe-se claramente a miscelânea de elementos de diferentes regiões, cidades e culturas existentes no Brasil. MAB, a representação do MASP em *Brasilis*, fica próximo ao calçadão de *kotakahuana* (que faz referência ao calçadão de Copacabana no Rio de Janeiro) e na parte superior da cidade, observa-se a Catedral de *Brasilis* (menção à Catedral de Brasília) e o teleférico, que alude o teleférico do Rio de Janeiro e o Pão de Açúcar. Próximo ao teleférico há um *NPC* feminino que ao ser acionado com o clique do mouse, narra sobre a função do bondinho, fazendo referência ao Pão de Açúcar através de um jogo com as palavras por seu nome se tratar de um alimento (figura 50). Há inúmeros guias “brasileiros” espalhados pela cidade, são *NPCs* localizados próximo de cada monumento importante de *Brasilis*, que ao serem acionados, oferecem alguma informação sobre a obra.



Figura 50 - Referência ao Pão de Açúcar

Uma representação importante é a *Catedral de Brasilis*, representação da Catedral de Brasília que, segundo consta na explicação dada pelo *NPC* guia localizado ao lado do monumento, foi criada por “Nascar Omeyer”. Essa representação parece funcionar como um

símbolo representativo das missões religiosas ocorridas no período da colonização e da cultura predominantemente cristã no Brasil, já que boa parte do conteúdo do episódio faz alusão a um “novo descobrimento”. Ao observar a figura 51, percebe-se que o guia ao lado da igreja, diferentemente de outros guias da cidade, está com vestimentas de um padre ou um bispo, além de segurar um crucifixo com a mão direita na altura do peito.

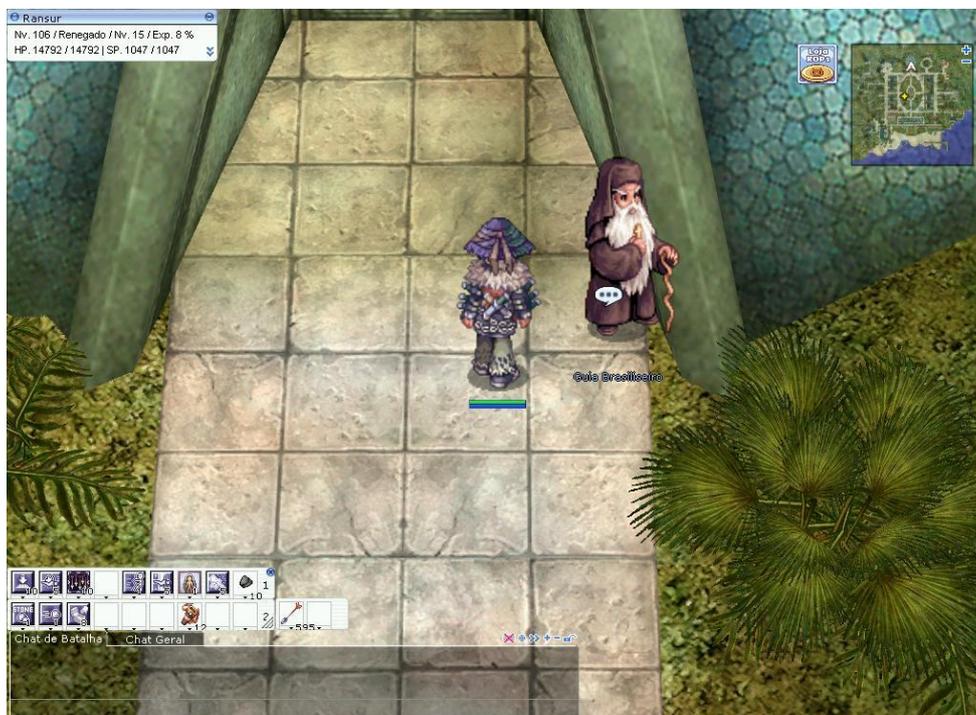


Figura 51 - Representação de um missionário ao lado da Catedral de Brasílis

Podem parecer evidentes a utilização de um membro da igreja para dar informações sobre uma Catedral, entretanto, quando se faz uso de um personagem desse tipo em um local já dotado de sentidos acerca do processo de colonização, além de haver inúmeras representações indígenas no ambiente, o significado pode ser facilmente relacionado às missões religiosas de cunho evangelizador por parte dos jesuítas, ocorridas no Brasil.

Um local particularmente interessante em *Brasílis* é a pousada intitulada “Tucano Feliz”. Neste local o jogador pode pagar uma taxa para recuperar atributos, além de poder salvar o ponto de retorno para surgir lá automaticamente caso seja abatido em batalha. Ao entrar na pousada, encontra-se uma *NPC* responsável pelos serviços do local e ao selecionar a opção de “salvar ponto de retorno” ao conversar com ela, a personagem sugere que o jogador confira as belezas naturais do local (figura 52). O próprio nome da pousada já faz alusão à natureza.

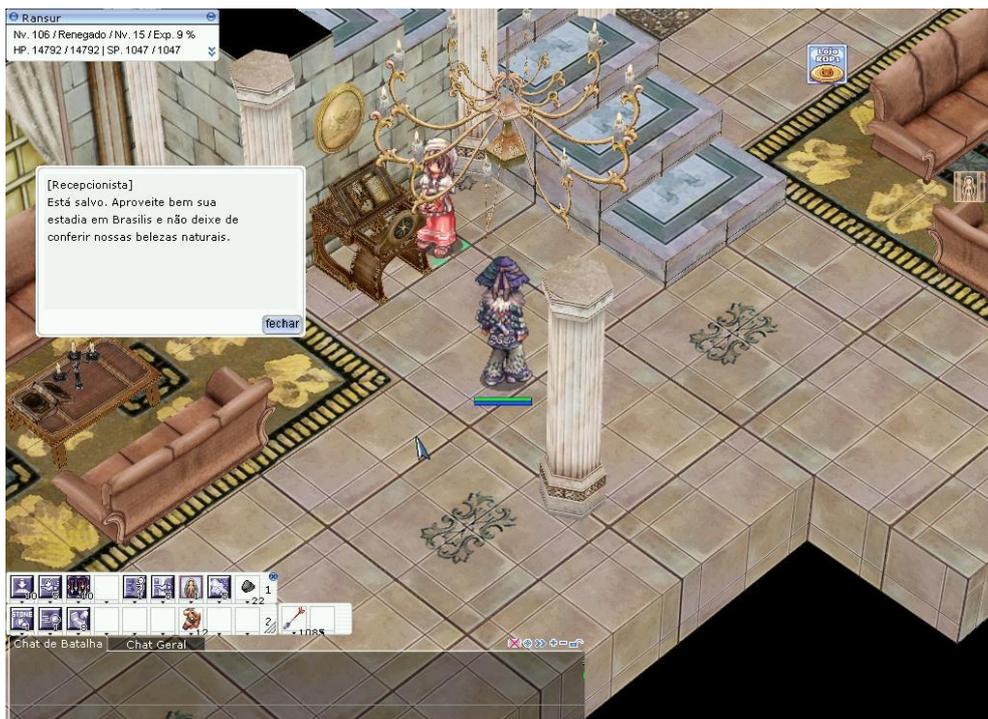


Figura 52 - Diálogo com a NPC recepcionista da pousada

Quando se acessa outros cômodos da pousada, verificam-se muitos móveis e objetos antigos, além da inexistência de artefatos tecnológicos avançados, como ocorre em outras cidades virtuais presentes no jogo. Esse ponto apresenta-se como algo relacionado aos inúmeros outros elementos em *Brasilis* que representam um Brasil de séculos passados, avigorando a imagem de um lugar parado no tempo, atrasado ou isolado de outras cidades, o que já parece se justificar na narrativa de *Brasilis*, que aponta para um local misterioso, uma “ilha” a ser descoberta. Coincidência ou não, durante o período de pesquisa, *Brasilis* e as áreas próximas mostraram-se desérticas, raramente um jogador era encontrado perambulando pela cidade ou realizando alguma *quest*.

Um aspecto relevante no conteúdo de *Brasilis* são os *NPCs*, que carregam em suas figuras e em suas falas inúmeros sentidos sobre o local. Alguns desses personagens chamam a atenção por representarem explicitamente a figura do indígena no que se pode chamar aqui de “estereótipo do cocar”. Há inúmeras representações indígenas na forma de *NPCs* espalhados pelos mapas de *Brasilis*, personagens representados com poucas vestes, com pinturas no corpo, penas e laços amarrados ao corpo. Alguns portando arcos na mão. Em alguns casos, a mesma arte gráfica é utilizada para representar mais de um personagem indígena, o que já demonstra um reducionismo em relação a grande diversidade de etnias indígenas existentes

no Brasil⁹² ou simplesmente por empecilhos no processo de produção do conteúdo, inviabilizando maior variedade de personagens (ver figuras 53, 54 e 55).

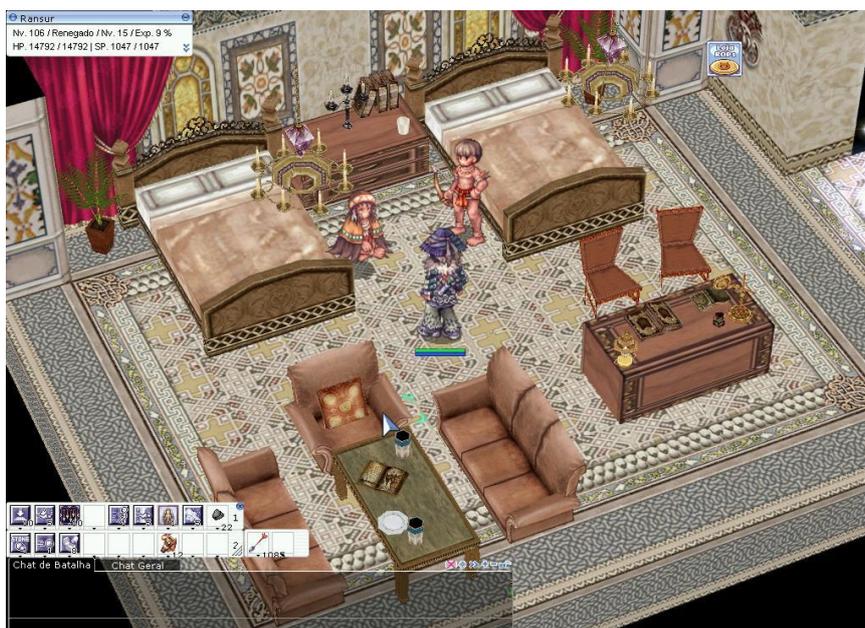


Figura 53 - NPC Anciã Jurema e NPC Kaká em um dos quartos da pousada

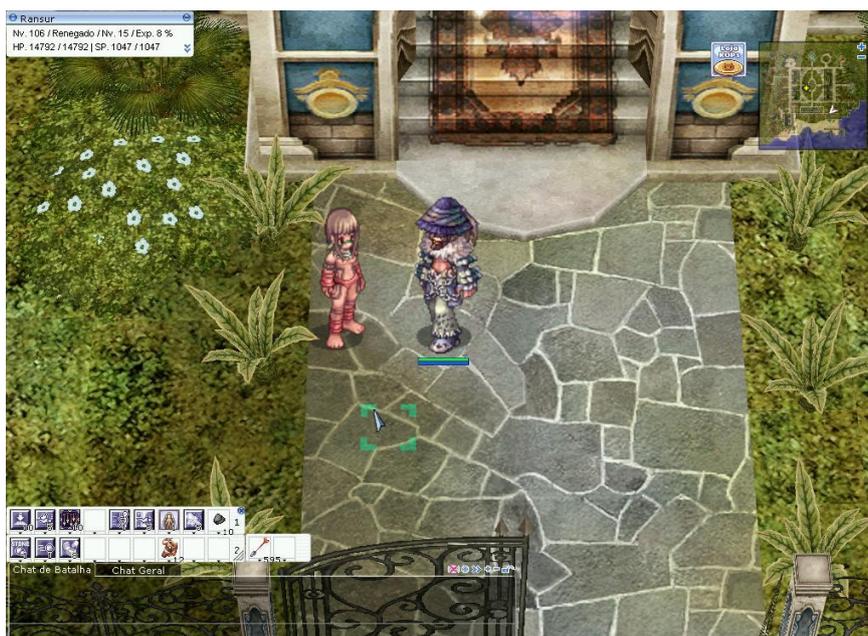


Figura 54 - NPC Jacira localizada em frente à Pousada

⁹² Segundo Censo demográfico realizado pelo IBGE em 2010, foi identificado 305 etnias indígenas no Brasil. Para mais informações, ver: <http://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?busca=1&id=3&idnoticia=2194&t=censo-2010-poblacao-indigena-896-9-mil-tem-305-etnias-fala-274&view=noticia>.

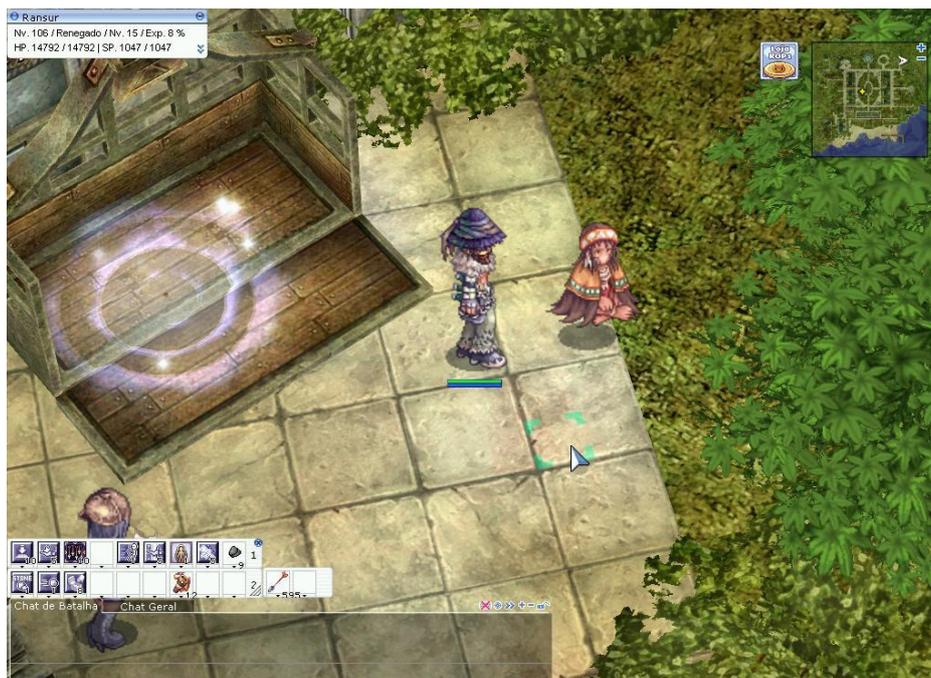


Figura 55 - NPC Pajé Anori localizado ao lado do Teleférico

Um dos *NPCs*, intitulado *Pajé Ubirajá* (figura 56) é representado de maneira diferente dos outros personagens indígenas em *Brasilis*. O personagem aparece com vestes diferenciadas e um chapéu que faz referência a itens da classe “Mago” em *BRO*, como o “Chapéu de Mestre Arcano” ou “Chapéu de Bathory” (ver figuras 57 e 58).



Figura 56 - NPC Pajé Ubirajá



Figura 57 - Item *Chapéu de Mestre Arcano*

Fonte: <http://www.ragnadb.com.br/item/5027/chapeu-de-mestre-arcano.html>



Figura 58 - Item *Chapéu de Bathory*

Fonte: <http://www.dbro.com.br/vequips.php?mid=2252>

Ao se clicar no *Pajé Ubirajá*, o mesmo pronuncia a palavra “abracadabra” e transforma o monstro que está ao lado em um animal ou em outro monstro (figura 59), como um truque de magia. Diante disso, percebe-se que o personagem no jogo faz referência a figura do Pajé através da espetacularização de uma cena de prestidigitação (comum em shows de magia), utilizando, inclusive, a palavra “abracadabra”. Dessa maneira, não considera o real significado das ações de um Pajé, tratando-as como meros “truques de magia”, o que evidenciaria a dessacralização de importantes rituais espirituais indígenas, relacionados à cura ou a orientação espiritual, existente em inúmeras culturas.



Figura 59 - Pajé Ubirajá executando um feitiço

Há também personagens *NPCs* que destacam a importância da preservação das riquezas naturais de *Brasilis*. A bióloga Marinha Lúcia faz referência à preservação dos animais através de uma pequena missão solicitada ao jogador, que consiste em capturar pequenas criaturas aquáticas chamadas de “anêmonas” que invadiram a cidade de *Brasilis* e levá-las novamente ao seu *habitat* natural, pois o ambiente urbano é nocivo a essas criaturas (figura 60).

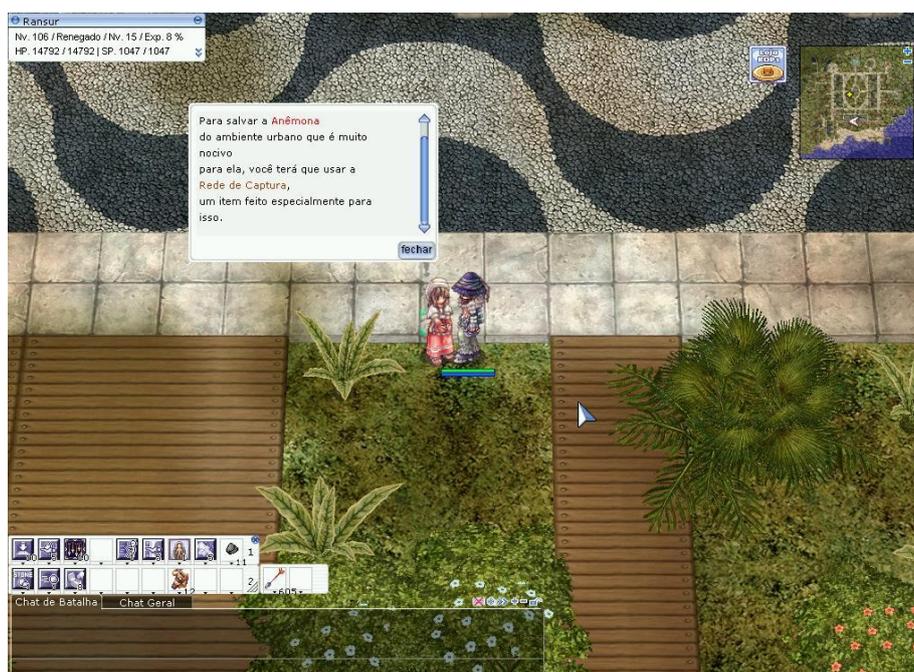


Figura 60 - NPC Bióloga marinha Lúcia

Após interagir com inúmeros elementos de *Brasilis*, podem-se ressaltar algumas questões importantes observadas no ambiente, que constituem sentidos importantes acerca do Brasil e dos elementos ali representados. A cidade é toda coberta por elementos naturais, o que dá a impressão de ter sido criada dentro de uma floresta. Pode-se afirmar que a forte presença desses elementos, principalmente de vegetações e da própria praia, são pontos reforçadores no desenvolvimento do imaginário paradisíaco acerca de *Brasilis*, fazendo alusão às inúmeras fantasias acerca do Brasil e de suas regiões. A paisagem, predominantemente natural, que reforça esses estereótipos, também faz alusão ao Brasil dos primeiros séculos de sua existência, considerando o país como um local parado no tempo, o que também é demonstrado pelo fato de *Brasilis* ser uma “ilha”, compreendendo-a como um local praticamente isolado das demais cidades dos continentes de *BRO*.

O fato de *Brasilis* ser uma cidade construída dentro da mata acaba por criar um paralelo entre *urbano x selvagem*, pois, percebe-se que a cidade e a própria narrativa do jogo apontam para um movimento de “urbanização”, “descoberta”, transformação de um espaço “selvagem” para “urbano” ou “civilizado”, o que explicaria o convite aos jogadores para desbravar o local, além de inúmeras referências desse movimento na própria cidade, como o caso da representação de um missionário próximo à Catedral de *Brasilis*. É possível observar essa questão em *Brasil Ragnarök Online* ao comparar a estrutura da cidade com as de outras cidades, como a cidade industrial *Einbroch* e a cidade de *Aldebaram* (ver figuras 61, 62 e 63). Isso corrobora com a representação do indígena como um indivíduo “selvagem”, já que grande parte dos *NPCs* nativos da região é representada por indígenas.



Figura 61 - Imagem de *Brasilis*

Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/images/j2810200902.jpg>



Figura 62 - Cidade de *Einbroch*
 Fonte: <http://i.imgur.com/0Ezt4cK.jpg>



Figura 63 - Cidade de *Aldebaram*
 Fonte: <http://i.imgur.com/bKMU1lc.jpg>

Percebe-se nas imagens que *Brasilis* tem em seu ambiente o predomínio do verde, da natureza, o que difere das outras cidades, principalmente de *Einbroch*, em que predominam construções industriais, fábricas e poluição. Essa questão pode ser interpretada como uma tentativa de representar *Brasilis* como um ambiente de escapismo, de fuga da vida “urbana” agitada. Embora inúmeras outras cidades virtuais em *Ragnarök Online* possuam ambientes predominantemente naturais, no caso específico de *Brasilis*, por todo o contexto estabelecido, sua representação constitui-se de sentidos controversos acerca de sua paisagem.

Em relação aos monumentos, que fazem referência a inúmeras obras arquitetônicas do Brasil, pode-se afirmar que, para além do reforço de uma imagem do Brasil como um local turístico, através da presença de inúmeros guias espalhados por *Brasilis* em forma de *NPCs* e do tom humorístico em que as falas dos personagens tratam esses artefatos (o que demonstra uma referência ao estereótipo do povo brasileiro como alegre, bem humorado, receptivo e caloroso ou até acerca da comum não valorização de monumentos históricos importantes), a

forma como esses artefatos são representados se mostra como um potencial para se pensar a utilização da linguagem dos jogos digitais para a valorização da cultura e história desses elementos, já que é possível visualizá-los em detalhes através das três dimensões e interagir com eles⁹³.

No caso do MAB, por exemplo, é possível ter acesso à parte interna do prédio e visualizar a representação de inúmeras obras de arte que fazem parte do MASP, em São Paulo (ver Apêndice). A inserção desses elementos em mundos virtuais compartilhados como os dos *MMORPGs* possibilita o acesso a conhecimentos específicos sobre determinadas regiões e culturas (como no caso de *Ragnarök Online*) em uma linguagem condizente com a realidade do público usuário desses *games*, ou seja, podendo interagir com esse conteúdo a partir do próprio mundo virtual do jogo.

No entanto, o que também fica mais evidente nesse conteúdo é a ratificação de estereótipos e visões pré-construídas acerca do Brasil e da Amazônia e suas populações. Essas imagens circulam mundialmente através de centenas de servidores de *Ragnarök Online*, interagindo com milhares ou até milhões de jogadores. No caso do servidor Brasileiro *BRO*, a própria empresa distribuidora do jogo no Brasil reforça esse viés em seu convite ao jogador no *hotsite* do episódio.

3.3 - Interação com as representações Amazônicas em *Brasilis*

Além dos elementos existentes em *Brasilis* que representam o Brasil de modo geral, há um grande conteúdo relacionado à Amazônia, como destacado no início do capítulo. Essas representações amazônicas se apresentam através de vários elementos no jogo, desde a narrativa e o espaço geográfico virtual, até itens, equipamentos, monstros e *quests*. Com o intuito de abordar esses elementos, buscou-se dividir a descrição e análise dessas representações em subtópicos.

Convém destacar que duas áreas que estão ligadas à cidade de *Brasilis* não foram citadas no tópico anterior exatamente por requerer uma explicação mais específica, já que carregam inúmeros elementos que compõem as representações Amazônicas: a “Floresta de

⁹³ Um exemplo interessante é apresentado no projeto <http://www.monumentosdebelem.ufpa.br/> que tem como foco utilizar jogos para apresentar monumentos da cidade de Belém.

Brasilis”⁹⁴, referência explícita à floresta Amazônica, e a “Caverna das Cataratas”, composta por duas áreas subterrâneas⁹⁵, acessadas somente através de uma *quest*.

3.3.1 - Representação da Floresta Amazônica e a batalha contra as lendas

O acesso à *Floresta de Brasilis* é simples em comparação ao processo que deve ser executado para acessar a *Caverna das Cataratas*. Para chegar à floresta, é necessário atravessar um pequeno portal localizado no teleférico que separa a área da cidade da área da floresta (figura 64).

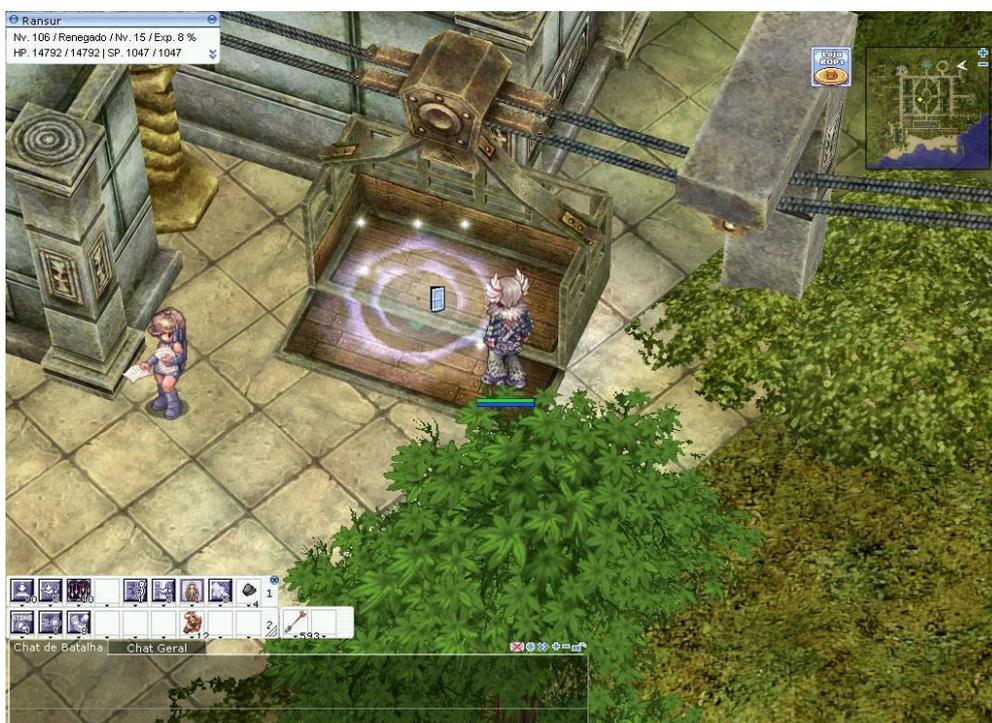


Figura 64 - Portal que leva à floresta

Ao atravessar o portal, já se está na área da floresta e ao caminhar um pouco, a impressão é exatamente de uma área totalmente coberta de verde, contendo diversos tipos de vegetação e atravessada pelas águas (figura 65). No mapa da área é possível observar um espaço verde atravessado por rios de duas colorações e uma grande conexão de pontes de madeira, com a maior parte de sua extensão localizada acima das águas de cor mais escura.

⁹⁴ No jogo, esta área também pode ser reconhecida pelo código “bra_fild01”.

⁹⁵ Essas áreas também possuem códigos específicos: “bra_dun01” e “bra_dun02” para o primeiro e segundo andar da caverna, respectivamente.



Figura 65 - Floresta de *Brasilis*

Essas ligações entre inúmeras pontes de madeira (figura 66) parecem fazer referência às palafitas existentes em diversos municípios na região Amazônica. Um exemplo é o município de Afuá (figura 67), localizado no Arquipélago do Marajó, no Estado do Pará (MIRANDA, 2014).

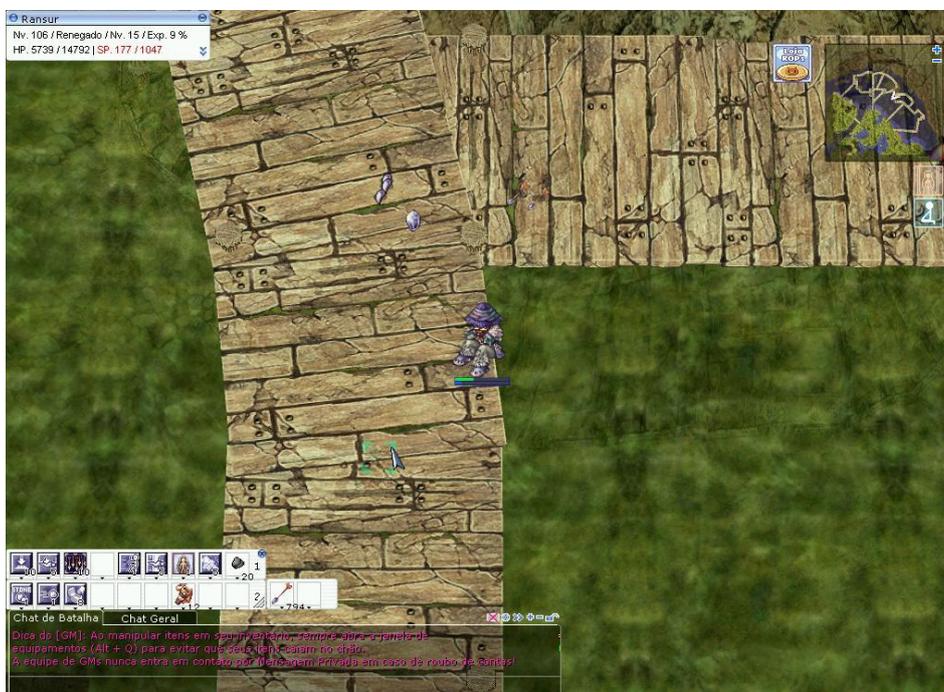


Figura 66 - Pontes de madeira na *Floresta de Brasilis*



Figura 67 - Palafitas em Afuá (MIRANDA, 2014, p. 46)

Na parte localizada mais à esquerda na *Floresta de Brasília*, é possível observar inúmeras representações da Vitória-Régia⁹⁶, planta aquática nativa da região Amazônica. O principal aspecto reconhecível em sua representação é o formato circular, o grande diâmetro de suas folhas e sua forma rizomática, com inúmeras partes flutuantes (figura 68), o que evidencia a *Floresta de Brasília* como uma representação da Floresta Amazônica.

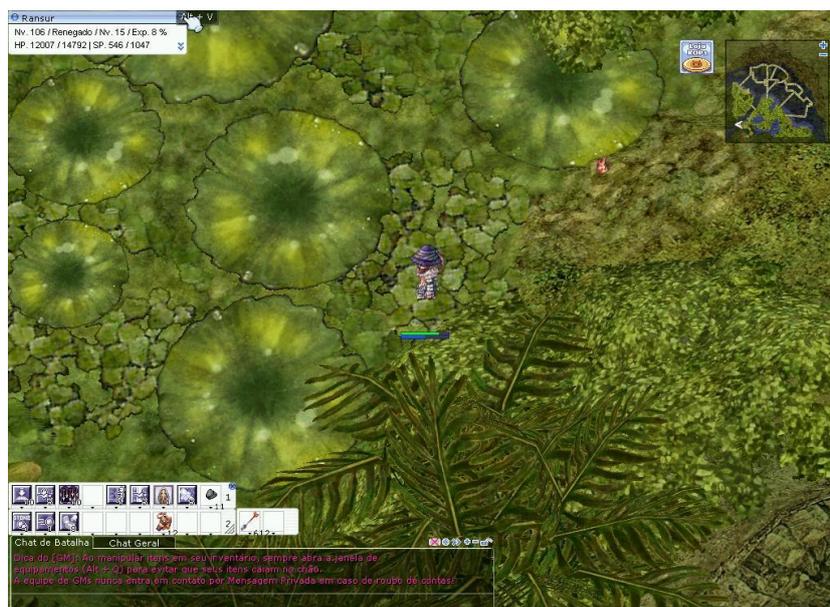


Figura 68 - Vitória-Régia em Brasília

Outros elementos foram encontrados no mapa que fazem referência ao modo de vida e cultura de sujeitos que vivem na margem dos rios na Amazônia, comumente reconhecidos pelo termo “ribeirinho”. Encontraram-se próximo à margem do rio redes de pesca ao lado de

⁹⁶ Segundo Vainsencher (2006) a planta possui nomes indígenas como *Uapé*, *Iapucaca*, *Aguapé-assú*, *Jaçanã*, *Nampé* e, para os Guaranis, *Irupé*. Seu nome mais popular, Vitória-Régia, pode ser considerado um traço de colonização, pois, segundo Vainsencher (2006) o nome foi dado em homenagem à Rainha Vitória da Inglaterra, do século XIX.

cestas cheias de peixes, além de duas canoas encostadas próximas à margem (ver figuras 69 e 70).

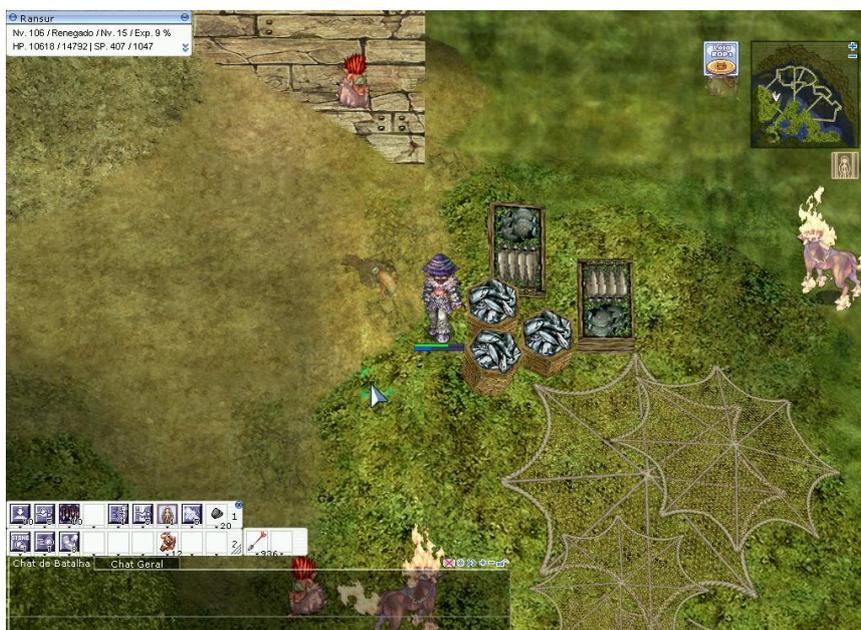


Figura 69 - Redes de pesca e cestas com peixe

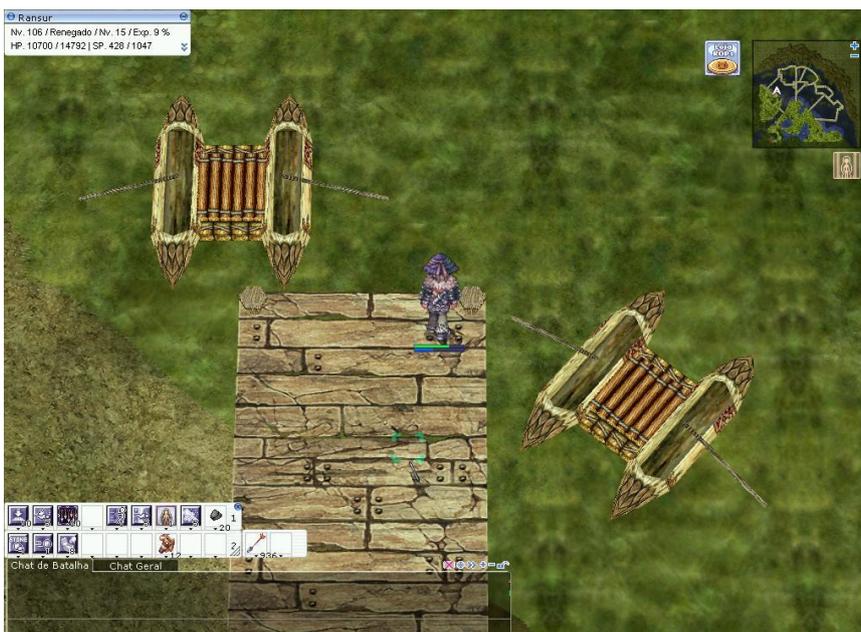


Figura 70 - Canoas na margem do rio

Há alguns “passos” desse local há uma casa feita de madeira com um vaso próximo à parede, com pinturas que parecem fazer referência à cerâmica marajoara⁹⁷ (figura 71). Ao lado da casa está presente uma representação de uma rede, artefato de origem indígena que se estabeleceu na sociedade ao longo dos anos (figura 72).

⁹⁷ Nome dado ao conjunto de artefatos produzidos em cerâmica (vasos, urnas, potes, vasilhas e outros) por antigos habitantes da Ilha do Marajó, localizada no Estado do Pará. Para mais informações sobre a cerâmica marajoara ver Schaan e Martins (2010).



Figura 71 - Vaso na varanda da casa de madeira

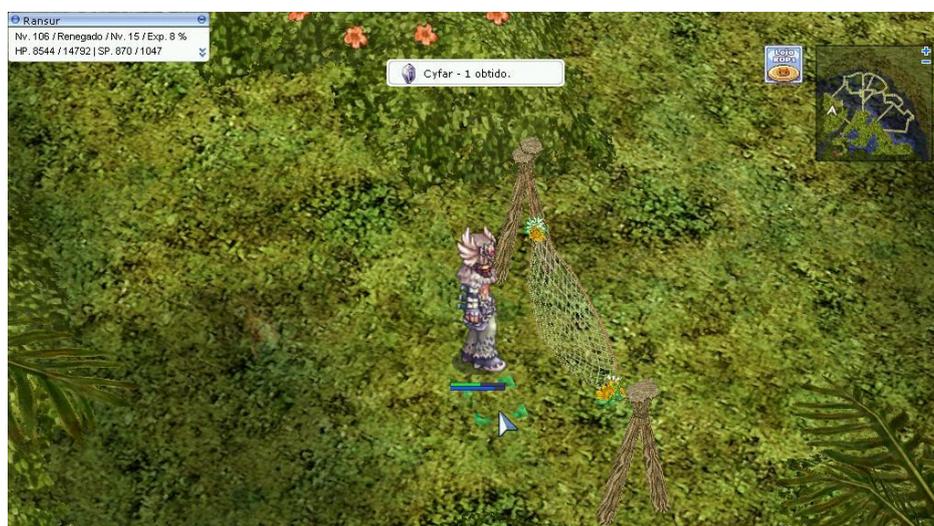


Figura 72 - Rede de dormir

Outro ponto importante a ser destacado na Floresta de *Brasilis* são os monstros que habitam aquela área. Como *BRO* é um jogo em que uma de suas atividades principais é a caçada de monstros, no episódio foram lançadas novas criaturas, como mencionado no início do capítulo, que variam entre representações de animais existentes na fauna amazônica e brasileira, assim como seres que fazem parte do lendário amazônico.

Na *Floresta de Brasilis* podem ser encontrados o *Espírito do Ar* (representação de um tucano); *Espírito da Terra* (representação da onça-pintada); *Selvagem* (monstro já existente em *BRO* antes do episódio, mas que parece representar o porco do mato ou caititu, comum no Brasil); *Dokebi* (monstro que já existia anteriormente em *BRO*); *Cogumelo Vermelho* (não exatamente um monstro, mas que também já fazia parte do conteúdo de *BRO*) e dois monstros que representam lendas do folclore amazônico e brasileiro: o *Curupira* e a *Mula Sem Cabeça*.

O *Espírito do Ar* e o *Espírito da Terra* (figuras 73 e 74, respectivamente), segundo a descrição presente no *hot site* oficial de *Brasilis*, não são realmente o tucano e a onça-pintada no mundo ficcional de *BRO*, mas espíritos defensores da floresta e dos animais que utilizam a imagem dos bichos para atacar caçadores e exploradores que invadem a *Floresta de Brasilis*.



Figura 73 - *Espírito do Ar*

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-monstros.html

Espírito da Terra



Figura 74 - *Espírito da Terra*

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-monstros.html

É possível encontrar o tucano e a onça-pintada na floresta, que diferentemente dos espíritos, são inofensivos e interagem com o jogador ao se clicar com o mouse sobre eles (figuras 75 e 76), além de fazerem parte de uma *quest*. A temática da proteção à natureza e o reforço do imaginário exótico e misterioso aparece novamente com a narrativa criada para esses monstros, já que o tucano é considerado uma ave exótica e o *Espírito da Terra* protege “os mistérios da floresta”.



Figura 75 - Tucano



Figura 76 - Onça-pintada

O Curupira é uma criatura do lendário amazônico que tem como função principal proteger a floresta e os animais da ação de caçadores e de quem destrói a floresta (sobre a lenda, ver anexo A). Em *BRO*, esta lenda é representada como um ser que gosta de pregar peças nas pessoas e fazê-las se perderem na mata. Sua aparência no jogo é de um pequeno menino com cabelos vermelhos e pés virados para trás, montado em outro monstro, o *Selvagem*, o que demonstraria sua aptidão em se relacionar com os animais (figura 77).



Figura 77 - Curupira

Na lógica do jogo, é um monstro que não ataca, a menos que o jogador o ataque, entretanto, ao passar por ele, é possível que o *Curupira* utilize uma habilidade mágica conhecida como “petrificar”, que deixa o jogador imóvel por alguns segundos, sendo alvo fácil para outros monstros do local (figura 78). Percebe-se mais uma vez, o direcionamento para ideia de preservação da floresta e das riquezas naturais acionadas pela linguagem do jogo, assim como uma resignificação do mito para se adaptar à lógica e dinâmica de *BRO*.



Figura 78 - Personagem petrificado pelo poder do Curupira

Outra lenda popular no Brasil e presente na *Floresta de Brasilis* é a *Mula Sem Cabeça* (sobre a lenda ver anexo B), que é representada como um grande cavalo sem cabeça e em chamas (figura 79), uma figura que recorda outros monstros existentes em *BRO*, como o *Pesadelo* (figura 80) e *Pesadelo sombrio* (figura 81), que também são cavalos em chamas.



Figura 79 - Mula Sem Cabeça

Fonte: <http://ragnaplace.com/db/mob/2071.gif>



Figura 80 - Pesadelo

Fonte: <http://www.ragnadb.com.br/monstros/1061/pesadelo.html>



Figura 81 - Pesadelo Sombrio

Fonte: <http://www.ragnadb.com.br/monstros/1379/pesadelo-sombrio.html>

Os monstros que podem ser caçados estão espalhados pela floresta e aparecem em grande número, seguindo também a lógica de programação do jogo, ou seja, é possível visualizar vários exemplares de cada monstro e, ao derrotá-los, outros aparecem repetidamente em qualquer lugar do mapa, o que, dependendo da narrativa apresentada para cada monstro ou da sua própria lenda, pode não ser coincidente. Na figura 78, por exemplo, observa-se a presença de dois curupiras petrificando o personagem. O que parece natural dentro da lógica do jogo, foge ao contexto da lenda, já que não é descrita a existência de mais de um *Curupira* na lenda, assim como o fato do mesmo possuir o poder da petrificação.

3.3.2 No fundo do rio habitam outras lendas

Como citado no subtópico anterior, acessar a *Caverna das Cataratas* exige do jogador a realização de uma *quest*. Essa missão é denominada “A Loira do Banheiro”. Ao finalizar, o jogador tem acesso à passagem para a caverna. A *quest* que faz referência à outra lenda existente no folclore brasileiro foi realizada com auxílio dos *paratextos*⁹⁸. A missão consiste basicamente em conversar com *NPCs*, entregar itens e responder frases corretamente em enigmas que surgem quando se aciona algum dispositivo no banheiro do *MAB* (figura 82).



Figura 82 - Etapa da *quest* "A Loira do Banheiro"

Após liberado o acesso, surge uma passagem por uma tubulação de esgotos que deve ser atravessada para se chegar à *Caverna das Cataratas* (figura 83). Isso constitui um significado de valoração em relação ao conteúdo representativo da cultura amazônica e brasileira muito forte, pois a figura do esgoto tem uma carga significativa comumente relacionada a algo sujo, fétido, degradante, marcado pela presença de detritos ou ainda, por animais repugnantes.

⁹⁸Utilizou-se o guia da *quest* no endereço eletrônico http://www.necropolecomercial.com/site/index.php?option=com_content&task=view&id=317&Itemid=27.

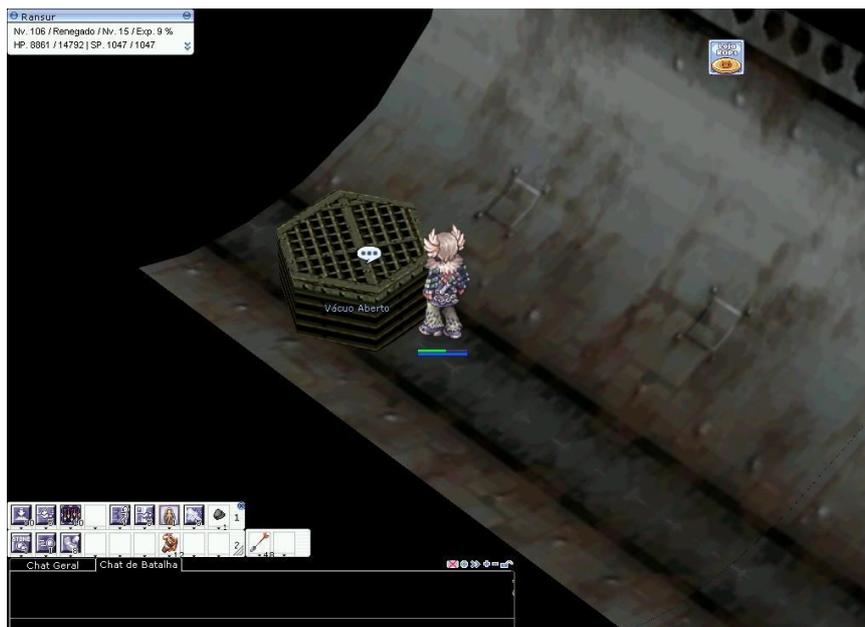


Figura 83 - Caminho para a *Caverna das Cataratas* pelo esgoto

Ao atravessar o caminho, chega-se à caverna que, embora seja no interior da queda das águas das cataratas (localizada na *Floresta de Brasilis*), abaixo do rio, segundo a narrativa presente no *hotsite*, a magia no local permite respirar embaixo d'água. A caverna possui duas áreas. Na primeira observou-se a presença dos monstros *Hidra*, *Plankton*, *Marina* e *Cogumelo Preto* (todos monstros aquáticos já existentes em *BRO* antes do episódio *Brasilis*) e monstros específicos do episódio como o *Espírito da Água* e a *Iara*.

O *Espírito da Água* é uma representação explícita da piranha, peixe comum na região amazônica. Tanto na sua aparência física (cor, formato do corpo e os dentes afiados e à mostra, devido o formato da mandíbula), como a narrativa criada para esse monstro demonstram essa semelhança (figura 84). É um monstro que, segundo o texto presente no *hot site*, foi criado pelos poderes mágicos dos Pajés, mas acabou saindo de controle e se tornou agressivo.



Figura 84 - Batalha contra o *Espírito da Água*

Ao interagir com esses monstros, percebe-se que a representação não se resume somente ao desenho do animal e nem à narrativa. Ao ver um personagem de um jogador, a criatura se locomove rapidamente para atacar a vítima e se mostra muito mais perigosa quando ataca em cardume, exatamente como fazem seus correspondentes no mundo fora do jogo (figura 85).



Figura 85 - Fuga do ataque de um grupo de Espíritos da Água

Já *Iara* é a representação da lenda amazônica em forma de monstro. Assim como outras lendas representadas no jogo, *Iara* aparece tanto com elementos que fazem referência à lenda (ver anexo C), como com aspectos resignificados de modo a adaptar o ser fantástico ao ambiente do jogo. *Iara* aparece representada como uma espécie de sereia com coloração esverdeada (uma possível referência à Amazônia e ao rio), cabelos em tom azul e utilizando pulseiras de ouro como acessórios para dar realce à figura tida como vaidosa e bonita (figura 86).



Figura 86 - Monstro Iara

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-monstros.html

Iara não é um monstro agressivo, entretanto, ao ser atacada, há uma chance da criatura utilizar uma de suas habilidades especiais: uma espécie de silvo que surge ao mesmo tempo em que um ícone *emoticon* de nota musical aparece rapidamente acima do monstro. Se ela executar perfeitamente o golpe, o personagem do jogador fica paralisado e só poderá voltar a

se mexer após aguardar alguns segundos ou, se derrotar o monstro. Essa habilidade faz referência ao canto da *Iara* que enfeitiça aqueles que o ouvem e os deixa vulneráveis ao ser lendário. Esse é um exemplo da resignificação das características do mito no jogo, de modo a adaptar a lenda e seus aspectos principais à dinâmica e lógica de *BRO*.

Um aspecto interessante na área das cavernas é a grande quantidade de exemplares da planta Vitória-Régia (figura 87), sendo possível encontrá-las em conjunto, em algumas partes mais espaçosas da área que é formada por inúmeras conexões estreitas de formações rochosas.

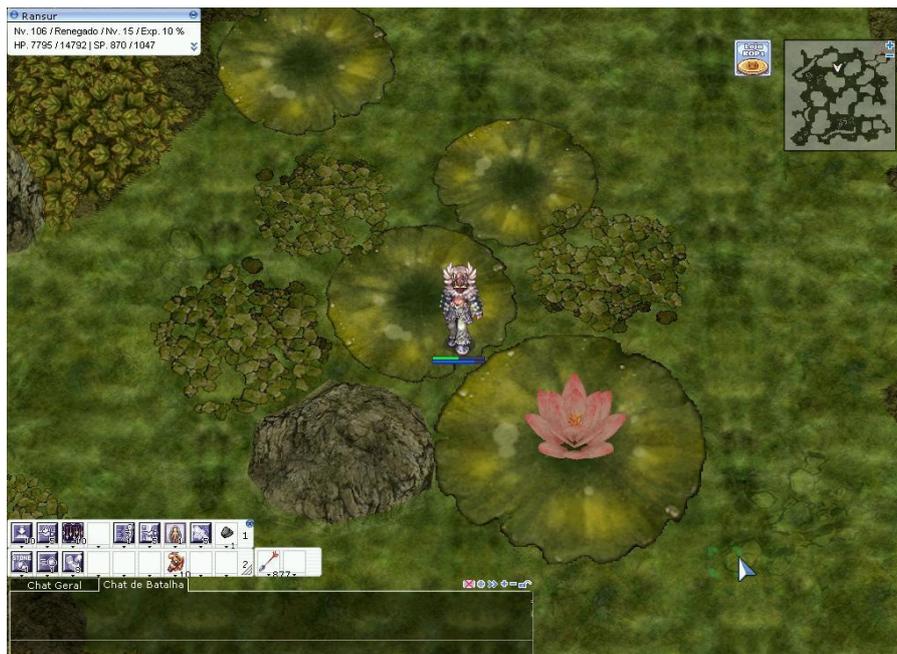


Figura 87 - Vitória-Régia na Caverna das Cataratas

Nessa área também vive a principal e mais poderosa criatura de *Brasilis*, o *Boitatá*. Essa criatura é uma representação da lenda do *Boitatá* (ver anexo D). Esta que faz parte tanto do lendário amazônico como de outras regiões do Brasil. No jogo, essa lenda é representada como uma grande serpente de cor vermelha com parte do corpo coberto com galhos e folhas, além de cordas com pequenos sinos (guizos) amarradas ao seu corpo (figura 88). Sua cor avermelhada e suas habilidades especiais de disparar bolas e labaredas de fogo auxiliam na referência à sua lenda, além do fato de o monstro estar refugiado em uma área subterrânea abaixo da cidade de *Brasilis*.

O monstro invoca um grupo de piranhas que lhe segue para ajudar na batalha contra os jogadores, o que se justifica por ser comum para monstros do tipo *MVP* levar consigo outros monstros menos poderosos.



Figura 88 - Boitatá

Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-monstros.html

Esse monstro é do tipo *MVP*, o que significa que a dificuldade de vencê-lo é muito maior, necessitando de estratégia de batalha, equipamentos específicos e personagens mais poderosos. Por ser um monstro desse nível, pode-se considerar que há maior valorização dessa figura no contexto do jogo, o que também pode ser um reflexo das constantes referências às cobras como a sucuri, comumente encontradas na Amazônia, que chamam a atenção por seu grande porte.

3.3.3 - Em busca do “Chapéu de Vitória-Régia”

A planta nativa da região amazônica também se faz presente no jogo através de uma *quest* em que o jogador pode ganhar como recompensa o “Chapéu de Vitória-Régia”, um equipamento que aumenta certos atributos do personagem. Buscou-se realizar a *quest* para verificar o conteúdo narrativo acerca da lenda relacionada à planta, já que no *hotsite* a missão está intitulada como “A Lenda da Vitória-Régia”, narrativa de origem amazônica. O pequeno texto presente no referido endereço eletrônico faz referência à lenda, que trata do amor de uma moça e a lua (ver anexo E) e do interesse de pesquisadores, sobretudo estrangeiros, a respeito da diversidade da flora Amazônica.

“Seria a vitória-régia apenas uma planta exótica alvo de interesse dos botânicos, ou esconderia ela mistérios ainda maiores? Venha descobrir a versão de Brasilis da lenda da vitória-régia, e ainda participe de uma inusitada história de amor”. (Fonte: http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/hotsite_brasilis/brasilis-quests.html).

O passo inicial para realização da *quest* foi seguir o guia presente no portal *browiki.org*⁹⁹. No jogo, a lenda é apresentada como uma antiga história de origem indígena, pois, ao conversar com a *NPC* botânica, esta explica que para saber mais sobre a planta, deve-

⁹⁹ O guia da *quest* pode ser encontrado no link <http://browiki.org/wiki/Vit%C3%B3ria-R%C3%A9gia>

se conversar com a Anciã indígena localizada na pousada. Importante ressaltar que a personagem botânica está em busca da flor da Vitória-Régia.

Ao dialogar com a *NPC* Anciã Jurema, ela conta sobre a lenda de uma Índia chamada Naiá que se apaixonou pela lua e após inúmeras tentativas sem sucesso de se aproximar dela, viu seu reflexo em um lago e se atirou achando que a lua finalmente descera do céu para lhe encontrar, mas acabou se afogando no lago. Com pena da moça e para lhe agradecer por seu amor, a lua transformou-a na Vitória-Régia.



Figura 89 - Anciã Jurema contando sobre a Lenda da Vitória-Régia

Convém ressaltar que esse momento da *quest* faz referência à cultura predominantemente oral de alguns povos amazônidas, pois, no momento que se inicia o diálogo com a Anciã Jurema sobre a lenda, é destacado nas falas da personagem que é comum a Anciã contar histórias durante a noite para os Índios mais novos (figura 90).



Figura 90 - Referência à cultura da narrativa oral

Para se alcançar o chapéu, após conversar com a Anciã Jurema, é necessário ajudar a índia Jacira, menina indígena que busca se encontrar com Jaci, quem a própria garota explica que é a personificação da lua na terra, por sua beleza e por viver próximo às plantas Vitória-Régia. Nesse momento é necessário que o jogador leve o presente da menina (10 bananas) para Jaci, que se localiza na segunda área da *Caverna das Cataratas*, ao lado de uma grande Flor de Vitória-Régia (figura 91).



Figura 91 - Jaci com a Vitória-Régia

Ao dialogar com o *NPC* Jaci, ele explica que ele não é a lua, mas um protetor da Vitória-Régia, protegendo-a dos monstros e das pessoas, por se tratar de uma flor rara. O *NPC* explica ainda que é uma tradição da sua família cuidar da planta. Após alguns diálogos e entrega de itens, Jaci explica que é possível levar um exemplar da flor e pede para levar um

recado para Jacira. Ao conversar com a menina, ela transforma a flor em um Chapéu que dá benefícios em atributos ao jogador quando equipado. Na descrição do item “*Flor de Vitória-Régia*” e do “*Chapéu de Vitória-Régia*” há mais referências à lenda, observando que a flor muda de coloração a noite, em homenagem à lua, passando da cor rosa para a cor branca (figuras 92 e 93).

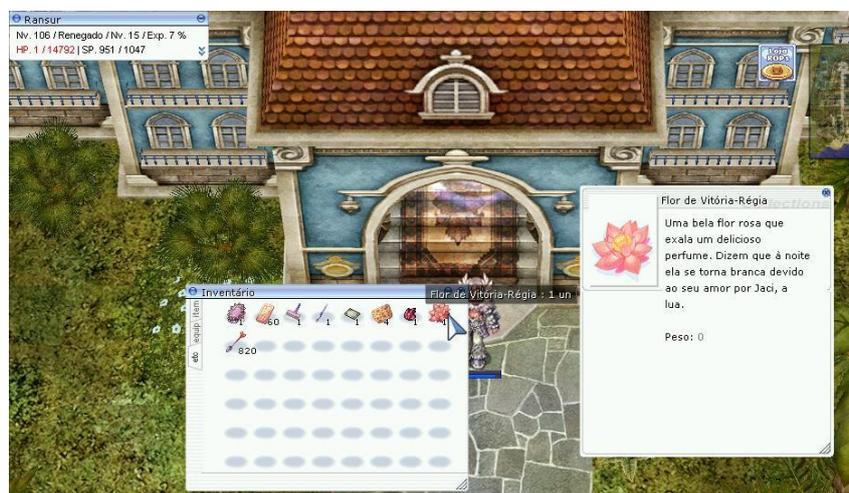


Figura 92 - Flor de Vitória-Régia

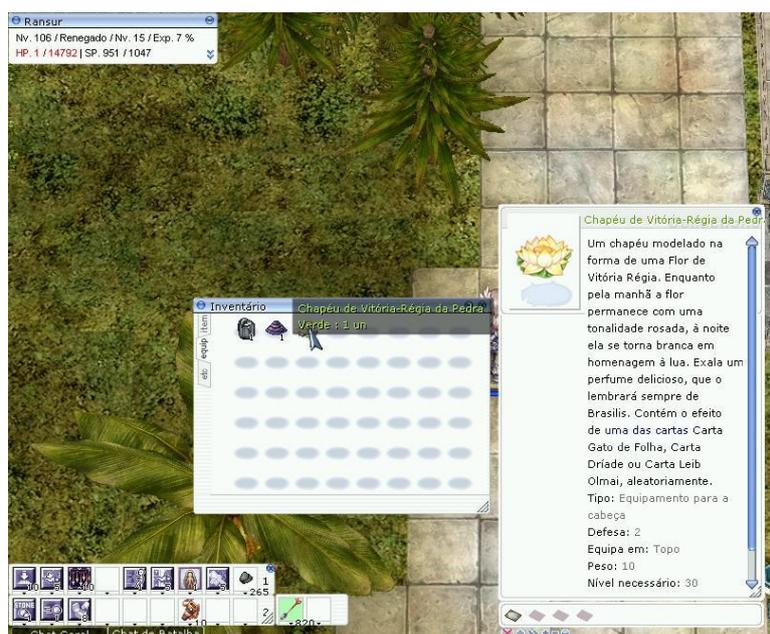


Figura 93 - Chapéu de Vitória-Régia

Um aspecto que chamou a atenção na realização da *quest* foi a fala do *NPC* Jaci quando se referiu ao primeiro encontro com Jacira, explicando que a menina criou uma confusão ao atribuir a ele a figura da divindade “Lua”, de modo que pediu para ele aceitá-la como esposa e transformá-la em uma Vitória-Régia (figura 94).

Esse é um ponto interessante, pois parece retratar uma espécie de “pouco caso” em relação à cultura indígena, pois o fato de o personagem Jaci não ter conhecimento sobre a

lenda existente na cultura da personagem Jacira, fez com que ele avaliasse sua atitude como embaraçosa, ao ponto de considerá-la, em uma de suas falas, uma “desvairada”.



Figura 94 - Jaci falando sobre Jacira

Outro ponto de destaque encontrado no momento da realização da *quest* é ao final, após conversar com a *NPC* Botânica Carmen a respeito da flor, a personagem faz alusão novamente à diversidade da região como um atrativo ao seu ofício (figura 95).



Figura 95 - Botânica Carmen sobre a diversidade da flora em *Brasilis*

Existem outros equipamentos que fazem referência à região, como o *Chapéu de Tucano*, a *Máscara da Onça-Pintada* e o *Chapéu do Boto Cor-de-Rosa*. Esse último é referente à figura lendária, apresentada com humor na sua descrição através um pequeno resumo sobre a mesma (ver anexo F para a Lenda do *Boto Cor-de-Rosa*). É interessante destacar que muitos equipamentos são utilizados em *BRO* não apenas pelo aumento dos

atributos do personagem, mas também como função ornamental. Dessa maneira, essa questão parece representar exatamente o comércio de artefatos e utensílios da cultura amazônica, sobretudo da cultura indígena da região, além de referenciar a utilização desses itens como artefatos ornamentais.



Figura 96 - Máscara da Onça-Pintada

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/noticias/promocoes/mais-tres-otimos-chapeus-na-loja-de-rops-de-cada-servidor.lhtml>



Figura 97 - Personagem utilizando o Chapéu do Boto Cor-de-Rosa

Fonte: http://img.levelup.com.br/ragnarok/_img/noticias/2010-05-11/boto_equipado.jpg

3.3.4 - “O canto da Iara”

Como apresentado no subtópico 3.3.2, *BRO* utilizou-se da figura da *Iara* como um monstro na *Caverna das Cataratas*, porém, o jogo traz a lenda de *Iara* como conteúdo de uma *quest* em *Brasilis*, intitulada “O canto da *Iara*”. Para fins de verificação desse conteúdo, foi necessário realizar a missão. Bem como as outras *quests* realizadas, também foi utilizado um guia, presente na plataforma *Necrópole Comercial*¹⁰⁰ para facilitar no processo de execução da missão.

Essa é uma *quest* simples, que pode ser repetida a cada 24 horas, com o objetivo de bonificar o personagem do jogador com um item consumível que aumenta atributos de seu personagem temporariamente. Apesar de necessários apenas alguns minutos para concluir a *quest* com poucas ações, ela apresenta conteúdos significativos em relação à Amazônia.

¹⁰⁰ O guia para realização da *quest* pode ser acessado no endereço eletrônico http://www.necropolecomercial.com/site/index.php?option=com_content&task=view&id=323&Itemid=27

O primeiro passo da missão consiste em conversar com a *NPC* Pajé Anori, localizada ao lado do teleférico de *Brasilis*. No diálogo, a *NPC* pede auxílio ao personagem do jogador, pois, os homens de sua tribo estão desaparecendo e a índia teme que seja por causa da *Iara*. Nesse momento, a *NPC* conta sobre a lenda da *Iara*¹⁰¹ (figura 98), uma bela e forte guerreira de sua tribo que despertou a inveja de seus dois irmãos por suas virtudes como caçadora. Por causa disso, os irmãos tentaram matar a moça que conseguiu fugir e se esconder na floresta, entretanto, os dois índios enganaram seu pai dizendo que ela os havia ferido e fugido. Assim, o pai caçou a moça e encontrou-a na floresta. Como castigo, jogou-a no rio para que se afogasse e, nesse momento, os peixes do lago resgataram *Iara*, que foi transformada em metade mulher metade peixe pela Lua Jaci e, nessa forma, encanta os homens com seu canto para leva-los ao fundo do rio devido ao rancor guardado pela maneira com que fora atacada pelos irmãos e pelo pai.



Figura 98 - Sobre a lenda da *Iara*

A *NPC* conta que o pai de *Iara*, arrependido, fica vagando pela floresta em busca de sua filha depois de ter descoberto o que aconteceu. Após, Anori explica que a *Iara* está amaldiçoada pelo rancor de seus dois irmãos e seu pai, mas que é possível salvá-la através dos poderes mágicos da tribo. Existe uma poção “*Puri*” que pode purificar os espíritos malignos e a Pajé pede ao personagem que busque os ingredientes da poção, que são itens derrubados pelos monstros da *Floresta de Brasilis* e da *Caverna das Cataratas*. Ou seja, é necessário caçá-los para adquirir os itens.

¹⁰¹ Tal narrativa está adaptada ao universo ficcional do jogo, bem como outras lendas. Para mais informações sobre a lenda ver Anexo C.

Outro aspecto relevante diz respeito ao *NPC* Iara. Se o jogador clicar no *NPC* sem estar executando a *quest* ou sem as *Poções Puri* no inventário, a Iara inicia seu canto e o personagem sofre com o efeito negativo “Maldição¹⁰²”, permanecendo assim por alguns instantes. Uma adaptação dos poderes mágicos da *Iara* descritos na lenda para o contexto ludológico do jogo.



Figura 99 - NPC Iara aplicando o efeito do canto

3.3.5 - Bala de Guaraná

“O Menino do Guaraná” é outra *quest* existente em *Brasilis*, que oferece ao jogador que finalizar a missão a possibilidade de utilizar o item *Bala de Guaraná*. Este item aumenta temporariamente a velocidade de movimento e de ataque do personagem, muito útil no mundo de *BRO*. A *quest* traz como principal referência da Amazônia uma representação da fruta *guaraná*¹⁰³ e a *lenda do guaraná* (ver Anexo G) ressignificada à dinâmica do jogo.

A *quest* é iniciada ao se falar com a *NPC* doceira em *Brasilis*, ela explica sobre o fruto e sobre o doce que costumava fazer, porém a fruta está em falta, pois um “menino do guaraná” nasceu e sua tristeza está impedindo o crescimento dos frutos. A missão é procurar

¹⁰² Maldição é um efeito negativo existente em *BRO* que pode ser causado em personagens dos jogadores. Esse efeito causa ao personagem a perda de 25% de ataque; o atributo sorte vai à “0”; a velocidade de movimento diminui consideravelmente; além da sobra de um ceifador acompanhando a vítima para ilustrar o efeito citado.

¹⁰³ O guaraná é uma fruta nativa da região amazônica, historicamente relacionada à cultura indígena local, considerada sagrada e utilizada com fins medicinais. O fruto é pequeno, de cor avermelhada e tem a aparência de um pequeno olho. É bastante popular por ser comercializado na forma de xaropes, refrigerantes, remédios, produtos estéticos e em sua forma em pó. A principal característica reconhecida do pó de guaraná é seu caráter energético, embora seja necessário um uso controlado devido o alto teor de cafeína (TFOUNI e outros, 2007). Para mais informações sobre o fruto do guaraná ver: <http://www.revistarural.com.br/edicoes/item/5311-guarana-mais-forca-para-o-plantio-do-fruto-no-pais;> http://ambientes.ambientebrasil.com.br/amazonia/floresta_amazonica/guarana_fruta_nativa_da_amazonia.html.

pelo menino na cidade e após várias etapas, retornar a doceira para que ela crie o item *Bala de Guaraná* (figura 100).

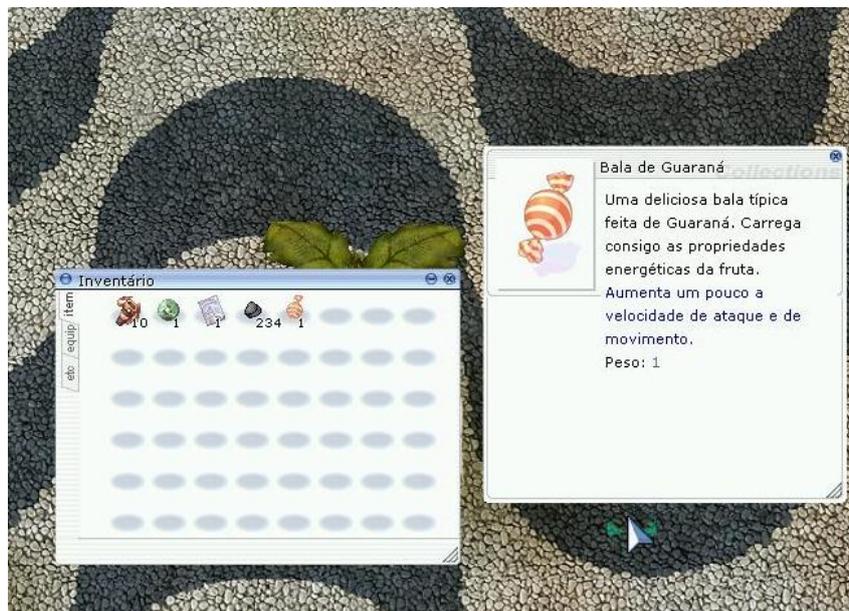


Figura 100 - Bala de Guaraná

Ao finalizar a *quest*, percebe-se que o jogo apresenta uma narrativa alternativa em relação à lenda do guaraná, mas reforça a questão do imaginário fantástico com referência a magias do Pajé, que permitem conversar com os animais, assim como enaltece características comerciais do fruto, como o seu valor energético, inclusive, melhorando atributos físicos do personagem com o doce da fruta (aumenta velocidade de movimento e de ataque do personagem).

Outra fruta presente no jogo é o *açaí*. A fruta é representada através de um item consumível que também faz referência direta ao seu valor energético, principal atributo que popularizou a fruta comercialmente no Brasil, sendo comercializada na forma de sorvetes, vitaminas, barra de cereal, além da própria polpa da fruta. No jogo, a fruta recupera uma pequena quantidade de vida do personagem.



Figura 101 - Item Açaí

3.4 - Circulação de sentidos sobre Amazônia nos games

Ao destacar os principais aspectos encontrados na descrição e análise do material representativo sobre a Amazônia em *BRO*, pode-se partir para a outra etapa do processo, seguindo o modelo de análise proposto no Capítulo 1. Buscou-se, portanto, com finalidade de relacionar o conteúdo encontrado em *BRO* com os sentidos circulantes sobre Amazônia nas mídias, limitar o escopo da pesquisa a produtos midiáticos com as mesmas características de *Ragnarök Online*. Ou seja, verificar, através de um mapeamento, a existência de outros jogos digitais que continham elementos representativos da Amazônia. Ao realizar esse processo, tornou-se possível relacionar os dados empíricos encontrados em *BRO* com os dados desse mapeamento.

No *quadro 1* estão presentes os jogos encontrados. Foram alocados na tabela os dados referentes ao nome do jogo, plataforma de funcionamento, ano de lançamento no mercado e empresa ou indivíduo responsável pela produção do *game*. Parte dos jogos receberam versões em outras plataformas, porém, foram inseridas na tabela apenas as principais plataformas em que os jogos foram lançados. Um ponto de dificuldade foi a falta de data específica de lançamento de alguns *games*, assim, foi inserido o símbolo “-” nos espaços referentes ao ano de entrada do jogo no mercado.

QUADRO 1 – Lista dos jogos digitais encontrados no mapeamento

| Nome do Jogo | Plataforma | Produtora/Distribuidora | Ano de lançamento |
|-------------------------------|------------|-------------------------|-------------------|
| Aventuras na Selva (Amazônia) | PC | Renato Degiovani | 1983 |
| Ninja Gaiden | Arcades | Tecmo | 1988 |
| Road Rash | Consoles | Eletronic Arts | 1991 |

| | | | |
|--|---------------------------|---|------|
| Street Fighter II: The World Warrior | <i>Arcades</i> | <i>Capcom</i> | 1991 |
| Top Gear | <i>Consoles</i> | <i>Kemco</i> | 1992 |
| Knuckle Heads | <i>Console</i> | <i>Namco</i> | 1993 |
| Darkstalkers: The Night Warriors | <i>Arcades</i> | <i>Capcom</i> | 1994 |
| Kaiser Knuckle | <i>Console</i> | <i>Taito</i> | 1994 |
| The King of Fighters '94 | <i>Arcade e consoles</i> | <i>SNK</i> | 1994 |
| Fight Fever | <i>Console</i> | <i>SNK</i> | 1994 |
| <i>Night Warriors: Darkstalkers' Revenge</i> | <i>Arcades</i> | <i>Capcom</i> | 1995 |
| Super Heroes: War of the Gems | <i>Consoles</i> | <i>Capcom</i> | 1995 |
| Breakers | <i>Console</i> | <i>Visco</i> | 1996 |
| Street Fighter III: New Generation | <i>Arcades e consoles</i> | <i>Capcom</i> | 1997 |
| Darkstalkers 3 | <i>Arcades</i> | <i>Capcom</i> | 1997 |
| Vampire hunter 2: darkstalkers revenge | <i>Arcades</i> | <i>Capcom</i> | 1997 |
| vampire savior 2: the lord of vampire | <i>Arcades</i> | <i>Capcom</i> | 1997 |
| Street Figther Alpha 3 | <i>Arcades</i> | <i>Capcom</i> | 1998 |
| Street Fighter EX 2 | <i>Arcades e consoles</i> | <i>Capcom e Akira</i> | 1998 |
| Breakers Revenge | <i>Console</i> | <i>Visco</i> | 1998 |
| The Legend of Zelda: Majora's Mask | <i>Console</i> | <i>Nintendo</i> | 2000 |
| Street Fighter EX 3 | <i>Console</i> | <i>Capcom e Akira</i> | 2000 |
| Ragnarök Online | <i>PC</i> | <i>Gravity</i> | 2002 |
| Capoeira Fighter 2 | <i>PC</i> | <i>SPIRITONIN – Scott Stoddard</i> | 2003 |
| A Revolta da Cabanagem | <i>PC</i> | <i>LARV- UFPA</i> | 2006 |
| Capoeira Fighter 3 | <i>PC</i> | <i>SPIRITONIN – Scott Stoddard</i> | 2008 |
| Street Fighter IV | <i>Consoles</i> | <i>Capcom</i> | 2008 |
| League of Legends | <i>PC</i> | <i>Riot Games</i> | 2008 |
| BAIUKA (jogo 1) | <i>PC</i> | <i>Wendel Pimenta</i> | 2009 |
| BAIUKA (jogo 2) | <i>PC</i> | <i>Wendel Pimenta</i> | 2009 |
| Sift Heads World – act 5 | <i>PC</i> | <i>Chriss Martin</i> | 2010 |
| A lenda do Boto Cor de Rosa | <i>PC</i> | <i>Jogos Inline</i> | 2010 |
| Modern Conflict 2 | <i>Mobile</i> | <i>Gaijin Entertainment</i> | 2011 |
| TERRAEDU | <i>PC/CONSOLES</i> | <i>Grupo de desenvolvimento faculdade Estácio</i> | 2013 |
| Guardian | <i>PC</i> | <i>Alexander Balanoff</i> | 2013 |
| Ducktales Remastered | <i>Consoles</i> | <i>Capcom</i> | 2013 |
| Black Rainbow | <i>Mobile/PC</i> | <i>Libredia</i> | 2014 |
| 2014 Fifa World Cup | <i>Consoles</i> | <i>EA</i> | 2014 |
| Ultra Street Fighter IV | <i>Consoles</i> | <i>Capcom</i> | 2014 |
| Luta na selva de Blu | <i>Mobile/PC</i> | <i>BlueSky Studios</i> | 2014 |
| A máquina de dança de Nico e Pedro | <i>Mobile/PC</i> | <i>BlueSky Studios</i> | 2014 |
| Festa do Samba | <i>Mobile/PC</i> | <i>BlueSky Studios</i> | 2014 |
| Angry Birds Rio | <i>Mobile/PC</i> | <i>Rovio Entertainment</i> | 2014 |
| Amy's Amazon Travel | <i>PC</i> | <i>Girlgames.com</i> | - |
| Sarah, Jewel of the Amazon | <i>PC</i> | <i>Girlgames.com</i> | - |
| Jungle Quad | <i>PC</i> | <i>Agame.com</i> | - |
| Amazonia | <i>PC</i> | <i>Friends_games</i> | - |
| Slingo Quest Amazon | <i>PC</i> | <i>Funkitron</i> | - |
| Cross the Amazon | <i>PC</i> | <i>VascoGames</i> | - |
| Amazon Forest Scape | <i>PC</i> | <i>Funnybeegames</i> | - |
| Amazon Quest | <i>PC</i> | <i>Justfreegames</i> | - |

Para organizar e facilitar a compreensão dos dados foi elaborado um infográfico (figura 102) com as informações consideradas mais relevantes, baseadas no mapeamento realizado.

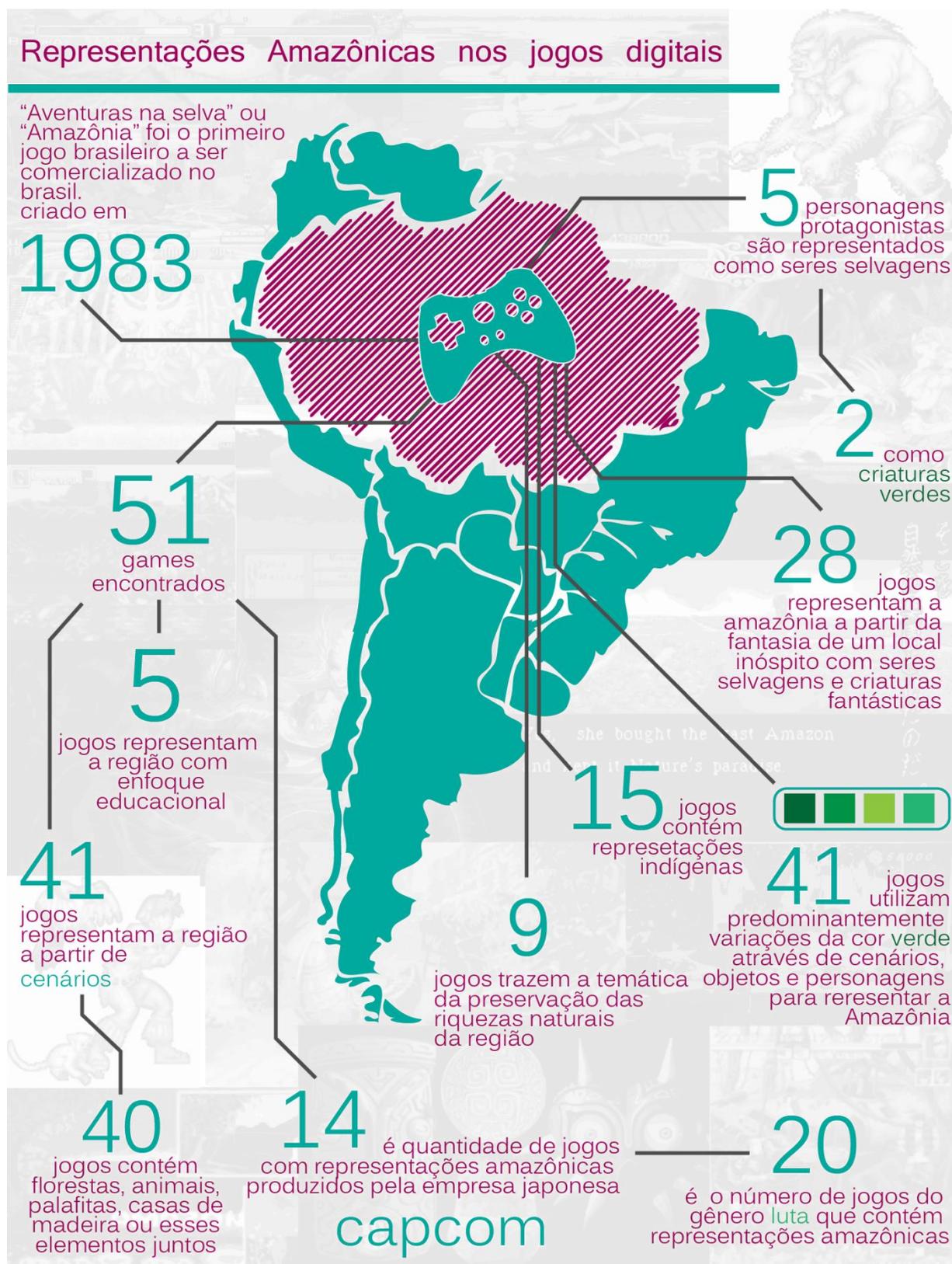


Figura 102 - Infográfico sobre as representações amazônicas nos jogos digitais

Fonte: elaborado pelo autor

Como mostra o infográfico, foram encontrados 51 jogos digitais com representações sobre a região Amazônica. Os jogos variam entre os anos de 1983 (“Aventuras na selva”) e os

mais recentes em 2014, sendo que o jogo “Amazônia” (figura 103) ou “Aventuras na Selva” (DEGIOVANI, 1983) foi o primeiro jogo produzido por um brasileiro a ser comercializado no Brasil (SUPERJOGOS, 2014).



Figura 103 - Jogo "Amazônia" ou "Aventuras na Selva"

Fonte: <http://www.clubtilt.net/amazonia/pgn03.htm>

Os *games* encontrados variam de plataforma de funcionamento, podendo ser em computadores pessoais – *PC*, tecnologias móveis como *tablets* e *smartphones* e em consoles. Entre esses, há representações amazônicas em jogos *on-line* para milhares de usuários simultâneos ou *Massively Multiplayer Online Games* – *MMOGs* (o próprio *Ragnarök Online* e *League of Legends*).

A empresa que mais produziu jogos contendo representações da Amazônia foi a japonesa *Capcom*, desenvolvedora e publicadora de jogos, totalizando 14 jogos encontrados. O gênero luta (ROGERS, 2010) foi o mais presente dentre os 51 *games* encontrados, totalizando 20 jogos.

Assim como verificou Amaral Filho (2011) em sua pesquisa, há a predominância da cor verde na estética das representações nos *games*. 41 jogos utilizam variações de tom da referida cor para representar cenários, personagens e objetos. Nos jogos *Marvel Super Heroes: War of the Gems* (CAPCOM, 1995), *Darkstalkers: The Night Warriors* (CAPCOM, 1994) e *The King of Fighters 94'* (SNK, 1994), por exemplo, a cor verde está presente no cenário que representa a Amazônia nas águas e na vegetação e em algumas criaturas que habitam os locais (figuras 104, 105 e 106).



Figura 104 - Cor verde em *Marvel Super Heroes: War of the Gems*

Fonte: [http://www.emuparadise.me/Super%20Nintendo/Snaps/Marvel%20Super%20Heroes%20-%20War%20of%20the%20Gems%20\(E\).png](http://www.emuparadise.me/Super%20Nintendo/Snaps/Marvel%20Super%20Heroes%20-%20War%20of%20the%20Gems%20(E).png)

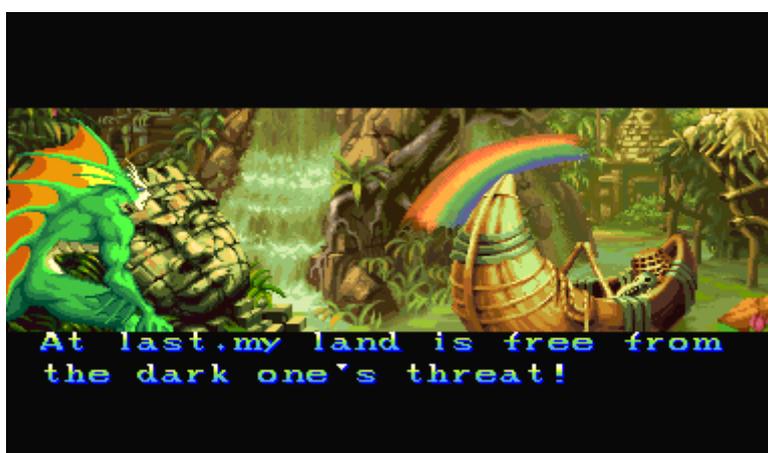


Figura 105 - Cenário de *Rikuo* em *Darkstalkers: The Night Warriors*

Fonte: http://3.bp.blogspot.com/-S6GGXWNPU_I/UpbnOyBh8YI/AAAAAAAAABXc/g5P1cOPO-b8/s1600/dsrikuo1.png



Figura 106 - Cenário representativo da Amazônia em *TKOF' 94*

Fonte: http://www.f20x.com/objects/images/Stages/kof94/94_brazil_02.png

Outro dado relevante é a grande quantidade de jogos que foram produzidos na década de 90 (18 *games*), período que Costa (2006) indica como um “boom” de produtos midiáticos pautados na temática Amazônia, principalmente referentes à questão da preservação da biodiversidade da região e do desenvolvimento sustentável. Vale lembrar que os anos 90

foram marcados por importantes eventos na área ambiental no mundo, como a Eco 92¹⁰⁴. Nove jogos digitais trazem como temática a preservação da natureza, entretanto, o caso que mais chamou a atenção foi o jogo *Knuckle Heads* (NAMCO, 1993).

O referido jogo traz uma construção narrativa a partir da personagem “Claudia Silva”, uma lutadora que busca vencer um torneio de artes marciais com o objetivo de conseguir como prêmio uma grande quantia de dinheiro, que poderia fazer com que a personagem salvasse as riquezas naturais da Amazônia. Se o jogador escolher essa personagem e vencer o torneio, surge na tela uma cena na qual Claudia observa o cenário que representa a região amazônica com uma frase que sugere que a personagem comprou a Amazônia inteira para preservá-la e manter suas riquezas intactas (ver figura 107).

Essa referência leva a pensar em um debate bastante presente nas décadas de 70 e 80 no país, especialmente sob o regime militar, sobre a chamada “Internacionalização da Amazônia”. As riquezas naturais (p.ex.: flora, água e minérios) estariam sendo alvo de cobiça estrangeira, assim como o próprio território nacional. Esse discurso ainda é recorrente por parte de diversos parlamentares quando o assunto é, por exemplo, o trabalho das organizações não-governamentais ambientalistas na Amazônia, particularmente as de escopo internacional (COSTA, 2006). Outra possibilidade, também presente no imaginário coletivo que o jogo faz suscitar, é de que os povos da Amazônia não estariam em condições de preservar as riquezas naturais da região, por desconhecimento ou incompetência (COSTA, 2006).

¹⁰⁴ A Eco 92 ou Rio 92 foi realizada na cidade do Rio de Janeiro. Denominada Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento ou “*United Nations Conference on Environment and Development* (Eco-92), reuniu 114 chefes de Estado para tratar de questões voltadas para o meio ambiente, além de centenas de ONGs e milhares de pessoas. Nesse encontro foram aprovados quatro documentos importantes que objetivavam orientar as ações dos governos e da sociedade civil”: a “Agenda XXI”, o “Protocolo sobre as Florestas”, a “Convenção sobre a Diversidade Biológica” e a “Convenção sobre as Mudanças Climáticas Mundiais” (COSTA, 2006, p.95). Para mais informações ver <http://oglobo.globo.com/economia/rio20/o-que-foi-rio-92-4981033>.



Figura 107 - Claudia Silva, personagem de *Knuckle Heads* em sua cena de finalização do jogo
 Fonte: <http://retrovania-vgjunk.blogspot.com.br/2011/03/fighters-of-world-brazil.html>

Verificou-se também em alguns *games*, que determinados personagens que habitam a região amazônica são caracterizados como criaturas ou como seres selvagens, com aparência e movimentos que aparentam ser de animais ferozes. Os personagens *Blanka*, da franquia *Street Fighter*, e *Rikuo*, da franquia *Darkstalkers*, ambas produzidas pela *Capcom*, são figuras caracterizadas por serem criaturas fantásticas de coloração predominantemente verde, ambos habitantes da região amazônica (figuras 108 e 109).



Figura 108 - Personagem *Rikuo* da franquia *Darkstalkers*
 Fonte: http://cdn.wikimg.net/strategywiki/images/7/79/Darkstalkers_Rikuo.png



Figura 109 - Personagem *Blanka* da franquia *Street Fighter*
 Fonte: http://3.bp.blogspot.com/-PG0vqeBKbf4/TjCpjtfXDkI/AAAAAAAAAFU/riAzoaUxIRw/s1600/SSF2T_Blanka.gif

Há também outros personagens em jogos do gênero luta que não são criaturas, entretanto, mostram-se com a aparência selvagem. Suas técnicas de luta são parecidas com movimentos de ataque de animais, como arranhões e mordidas. A personagem *Rila* do jogo *Breakers* (VISCO, 1996) utiliza enormes unhas para atacar os oponentes e a personagem Lisa, do jogo *Kaiser Knuckle* (TAITO, 1994), não só demonstra uma postura de luta de um animal como também recebe a ajuda de animais na luta (figuras 110 e 111). Encontrou-se 28 *games* que representam a Amazônia a partir da fantasia de um local com seres selvagens, ambientes inóspitos e criaturas fantásticas.



Figura 110 - Rila, personagem do jogo Breakers

Fonte: http://2.bp.blogspot.com/-5vuL_j-hU4g/TZT3W49wIdI/AAAAAAAAAB_8/waJCsC_utPY/s1600/fb12.png



Figura 111 - Lisa, personagem do jogo Kaiser Knuckle

Fonte: http://choujin.50webs.com/minor/KaiserKnuckle_06_Liza.gif

Outro ponto igualmente relevante é a presença da representação do indígena nos jogos digitais. 15 *games* apresentam a figura do indígena, normalmente através de personagens que habitam a floresta, sem roupa ou com cocares, pinturas e outros adereços. Golrio, personagem indígena do jogo *Fight Fever* (SNK, 1994) apresenta algumas dessas características (figura 112). Em um dos jogos presentes no *site* Baiuka, uma criança indígena é representada através do mesmo estereótipo (figura 113).



Figura 112 - Golrio, personagem do jogo *Fight Fever*

Fonte: <http://3.bp.blogspot.com/-F-FIEJlqDTg/UiY1isx2n1I/AAAAAAAAAOLQ/IZqj-YmBFnQ/s1600/ff09.png>



Figura 113 - Personagem indígena em *Baiuka*

(Fonte: COSTA *et al*, 2009, p. 73)

Também estão presentes em alguns jogos referências a elementos culturais de algumas etnias indígenas, como no jogo *The Legend of Zelda: Majora's Mask* (NINTENDO, 2000). Neste *game*, diversos elementos do cenário e objetos como máscaras fazem referência à cultura marajoara. No jogo, é possível explorar diferentes locais no qual a arquitetura e criaturas que ali habitam possuem formas e pinturas baseadas nos estilos antropomórficos e zoomórficos dos desenhos da cerâmica marajoara (figura 114).



Figura 114 - Representações da cultura marajoara em *Majora's Mask*

Fonte: didyouknowgaming.com

Alguns jogos como *Guardian* (BALANOFF, 2013) apresentam os indígenas como povos selvagens. Isso está presente no enfoque principal do jogo: salvar um explorador capturado por tribos amazônicas que atiram pedras no personagem. Caso o jogador não consiga salvar o explorador, este morre banhado em sangue por consequência das pedradas.

Dos 51 *games* encontrados, 41 carregam algum tipo de representação a partir de cenários, dentre os quais, 40 contendo florestas, rios, casas de madeira ou palafitas, ou todos os elementos representados conjuntamente. Exemplo são os cenários nos jogos *Fight Fever* (SNK, 1994) e *Street Fighter II: World Warrior* (CAPCOM, 1991), inclusive com a presença de animais como peixes, cobras, macacos e aves.



Figura 115 - Cenário de Golrio em *Fight Fever*

Fonte: <http://www.juventudeemfoco.com.br/2013/11/games-brasil-nos-games-personagens-e.html>



Figura 116 - Cenário de Blanka em *Street Fighter II: The World Warrior*

Fonte: <http://nostallgiabrasil.blogspot.com.br/2011/03/street-fighter-ii-world-warrior.html>

Há também cinco jogos que representam a região amazônica a partir de um enfoque educacional. O *game A revolução da Cabanagem* (LARV-UFPA, 2006) possibilita ao jogador interagir com personagens e acontecimentos importantes da história da região. Os dois jogos do *site* infantil Baiuka (PIMENTA, 2009) tem como enfoque a educação ambiental e

sociocultural a partir de elementos que representam a região amazônica. Já o jogo *Terraedu* (Grupo de Desenvolvimento Faculdade Estácio, 2013) foi desenvolvido com foco na educação ambiental para alunos do ensino fundamental. O jogo *A lenda do Boto Cor-De-Rosa*, que parece mais uma espécie de narrativa interativa, têm como foco apresentar a lenda do imaginário amazônico.

Em se tratando das lendas amazônicas, *League of Legends* (RIOT GAMES, 2008) também retratou a figura mítica da sereia amazônica *Iara*, como apresentado por Macedo e Amaral Filho (2014). Semelhante a proposta transmidiática ocorrida em *BRO*, uma grande narrativa foi construída relacionando o *game* e *paratextos* para apresentar uma nova *skin*¹⁰⁵ para o campeão *Nami*, um dos personagens do jogo. Assim como em *BRO*, a lenda amazônica foi adaptada ao jogo tanto em seus aspectos visuais, como nas habilidades, falas e ações. Outra maneira de fazer o mito sobreviver face ao tempo e ao advento de novas tecnologias.



Figura 117 - Skin Nami Iara em League of Legends

Fonte: http://3.bp.blogspot.com/-rKfvwxSoKo/U2vb7Tpx-VI/AAAAAAAAAP4s/0GAE-t_S4ZE/s1600/Nami_Splash_2.jpg

Como indica Hall (2003), essas representações não só constituem sentido, mas, também, reforçam sentidos já constituídos na própria sociedade. Assim como as pesquisas de outros autores anteriormente citados que também analisaram representações amazônicas em outras mídias, nos *games* há igualmente a construção de inúmeros sentidos em relação à Amazônia que demonstram ligação direta com questões econômicas, políticas e ideológicas para além da esfera do jogo.

Nota-se, portanto, que há circularidade entre os sentidos constituídos em *BRO* e os presentes nos jogos encontrados no mapeamento está no fato da região ser representada por

¹⁰⁵ Segundo Macedo e Amaral Filho (2014, p. 5) “[...] as skins, “peles” de um avatar, são designs que possuem modelagens e temas específicos, compostos basicamente de customizações estéticas, efeitos gráficos e até mesmo nas falas pré-estabelecidas de um personagem. Elas são normalmente percebidas como adereços para diferenciar a experiência do jogo. Mas é importante dizer que tais bens não alteram ou fortalecem atributos, habilidades ou a jogabilidade, que permanecem os mesmos, tornando o jogo mais democrático”.

um viés que reforça estereótipos. A região é referenciada no jogo de modo predominantemente “selvagem”, através de cenários caracterizados com florestas, rios, animais, além de elementos que fazem alusão a figura dos indivíduos que moram à beira dos rios, como em palafitas, casas de madeira, que vivem da pesca e da utilização da canoa como transporte. Outro ponto a se destacar é a predominância da cor verde nas representações da região, funcionando exatamente como um elemento simbólico da Amazônia (AMARAL FILHO, 2011).

Também foi observada a constante alusão às riquezas naturais da região, através de itens e *quests*, bem como a referência à preservação da natureza, proteção da fauna e da flora da região misturadas nas narrativas, nas falas dos personagens e nos elementos gráficos.

Caberia, então, para futuras pesquisas, analisar de que forma esses sentidos são construídos em cada jogo digital especificamente, levando em consideração todos os aspectos particulares já citados que cada jogo contém. Assim como cada mídia se difere da outra, os jogos digitais, apesar de serem envoltos por este conceito, apresentam diferenças consideráveis em relação uns aos outros, tanto no gênero quanto na experiência de jogo. Acredita-se, portanto, que a relevância do mapeamento se encontra na possibilidade de evidenciar uma realidade relacionável com o objeto empírico, mas, que também permite possíveis estudos futuros, colocando em diálogo os inúmeros sentidos encontrados nos jogos.

A partir do exposto, passa-se, então, para as Considerações Finais dessa dissertação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o período de pesquisa bibliográfica até a finalização dessa dissertação, percebeu-se o quanto o título “Amazônia Virtual” foi escolhido apropriadamente para esse trabalho, principalmente, por discutir representações da região amazônica. Apropriado porque – considerando os aportes teóricos a respeito do conceito de virtualidade apresentados no trabalho –, mais do que fazer referência às suas representações existentes nos mundos virtuais dos jogos, apresentados na pesquisa, essas palavras parecem demonstrar que a região amazônica também está permanentemente na esfera do virtual. Isso porque, a Amazônia acaba sendo muito mais conhecida por meio das representações sobre a região em diversos suportes midiáticos, do que por vivências práticas e concretas naquele lugar.

De fato, a própria vida humana é toda baseada em representações, que residem na esfera do virtual e que são partilhadas nas interações cotidianas. Entretanto, os processos de constituição e circulação de representações, sobretudo as dotadas de sentidos controversos, são tão intensos que evidenciam que se “sabe” mais sobre a Amazônia por meio de olhares externos do que pelas vivências de seus habitantes.

Essa dissertação oferece um olhar a mais sobre a Amazônia, representado através do texto, das imagens, referências, da subjetividade do pesquisador, da própria análise dos jogos apresentados, além de toda a rede de pessoas e elementos que contribuíram para a construção dessa narrativa. Dessa forma, o trabalho buscou realizar, ainda que de modo modesto, um recorte de elementos que foram importantes para possibilitar o caminho da análise das representações da Amazônia nos jogos.

Como apontado ao longo do capítulo final, encontrou-se nos dados pesquisados, inúmeras representações sobre a região, nos mais variados formatos, adaptados e resignificados de maneira que esse conteúdo pudesse harmonizar-se com a linguagem da mídia em questão (jogos digitais), atrelado às suas regras.

A partir da análise do material descrito, pode-se inferir que um dos aspectos principais apresentados em *BRO* foi a referência ao processo de colonização do Brasil e, conseqüentemente, da Amazônia. Esse ponto se mostrou evidente nos seguintes aspectos:

- a) A apresentação do episódio em forma de “convite” aos jogadores para explorar um local desconhecido, “cheio de mistérios”, mas, ao mesmo tempo, paradisíaco, o que faz alusão ao imaginário europeu em relação à existência de criaturas fantásticas nas localidades a serem exploradas pelos viajantes, bem como à beleza natural da nova terra encontrada. Esse primeiro aspecto é reforçado pela própria dinâmica do jogo, que é de

enfrentar criaturas fantásticas, coletar riquezas, explorar locais misteriosos, adquirir recursos e depois registrar ou comunicar seus feitos para outros jogadores (exploradores).

b) A presença de uma Igreja e de seu representante na cidade, o que faz alusão aos movimentos de catequese ocorridos nos períodos de colonização;

c) Os constantes processos de troca de itens com *NPCs* que representam indígenas. As *quests* solicitam do jogador a troca de itens e realização de tarefas (processo comum nas missões em *BRO*), entretanto, em se tratando de um ambiente que faz referência ao processo de colonização, realizar trocas de itens ou sua entrega em troca de favores com personagens que representam indígenas, faz alusão à prática do escambo¹⁰⁶ realizada entre portugueses e indígenas no Brasil colonial;

d) A coleta de itens para venda em outras localidades, por sua vez, faz alusão direta ao processo de exploração das riquezas da Amazônia. Um exemplo foi a *quest* do guaraná, na qual o jogador realiza inúmeras vezes a missão em *Brasilis* para adquirir muitos exemplares da bala de guaraná e, após essa etapa, poderá vender na cidade de *Prontera*;

e) A posição de explorador/colonizador do jogador fica evidente quando se enfrenta criaturas lendárias que tem como principal objetivo proteger a floresta, a natureza e os animais que ali vivem, constantemente atacados pelos exploradores/jogadores/colonizadores. Os sentidos que envolvem esse processo de colonização estão representados em *BRO* cada vez que um jogador, na posição de explorador dentro do jogo (convidado a “redescobrir a terra de paraísos naturais”), acessa as áreas de *Brasilis* e aniquila as criaturas em troca de itens ou realiza *quests* que trarão retorno financeiro na realidade virtual do jogo e, talvez, até fora dela, como em processos apresentados no capítulo 2.

f) A batalha contra as lendas também permite perceber uma alusão ao processo gradativo de desvalorização dos bens imateriais dos povos que habitam a região Amazônica. As lendas, representadas através dos monstros, são reproduzidas continuamente e em larga escala, seguindo a estrutura lógica do jogo, para serem aniquiladas pelos jogadores/colonizadores, de modo a satisfazer os objetivos de caçada.

Outra referência acerca da região foi a predominância na utilização da figura dos indígenas para representar parte da população de *Brasilis*. Essas representações desdobraram-

¹⁰⁶ Processo de troca ou permuta de produtos, mercadorias e serviços entre as partes. Este processo era realizado pelos portugueses de modo que ofereciam bugigangas para os indígenas em troca de serviços, principalmente na extração e carregamento da madeira de Pau-Brasil. Para mais informações ver Marchant (1943).

se tanto em personagens caracterizados a partir de estereótipos dos indígenas ou através de elementos constituintes da cultura dos povos que habitam a região amazônica. O jogo faz referência às lendas e mitos oriundos da cultura indígena resignificados e adaptados na forma de monstros, *quests* e itens, mas também, faz uso de itens mágicos, feitiços e rituais para referenciar a cultura indígena.

Pode-se dizer que o jogo também retrata a Amazônia através de um local paradisíaco, com a existência de criaturas fantásticas, assim como faz apelo turístico constante, justificado pela grande quantidade de guias na cidade e pelo convite para desbravar a região.

Embora sejam explícitas inúmeras referências estereotipadas, é importante realizar uma ressalva em relação à representação da Amazônia em *BRO*. A forma como o jogo adaptou à sua linguagem e à sua dinâmica, inúmeros aspectos culturais e materiais da região amazônica permite refletir sobre o potencial de representar a cultura Amazônica de maneira atrativa, através da linguagem dos *games* (mídias em expansão contínua). Aponta-se para a possibilidade de valorização da cultura da região de modo que o usuário interaja diretamente com as representações, além do potencial educativo das narrativas e textos descritivos presentes em itens, *quests* e na descrição dos monstros.

Ainda que inúmeros elementos sejam resignificados para se adaptar a lógica do jogo, como demonstrado anteriormente, essa parece ser uma forma relevante de valorização e resistência de tradições culturais, sobretudo amazônicas – desde que feitas as ressalvas necessárias -, de modo que as representações existentes em *BRO* demonstram também uma possibilidade alternativa de fazer perpetuar narrativas, tradições, práticas e subjetividades, a exemplo do jogo *The Legend of Zelda: Majora's Mask*.

Por isso, mais do que encontrar estereótipos e convencionalismos acerca da região amazônica em *BRO*, considera-se que uma das principais contribuições dessa pesquisa foram os caminhos detectados em *BRO* para adaptar-se uma cultura tão complexa e rica como a amazônica, a um mundo virtual também complexo como o de *Ragnarök Online*. Nesse sentido, os processos de análise, de cunho também descritivo, baseados nas interações com o objeto empírico, apresentaram-se como importantes recursos para a pesquisa, bem como para contextualizar o leitor durante o processo.

Portanto, após a análise dos dados, constatou-se, de fato, que os sentidos existentes e já consolidados sobre a região amazônica sobrevivem face ao tempo, tornando-se híbridos, a partir de formatos tecnologicamente atualizados que promovem diferentes maneiras de interagir com esses sentidos, realizando a reiteração dos mesmos.

À medida que esse processo é constantemente evidenciado nos inúmeros trabalhos científicos e na observação de diferentes produtos midiáticos - como alguns exemplos apresentados nessa pesquisa -, encontrar essa realidade nos jogos não constituiria uma novidade em si, embora seja importante considerar a grande quantidade de material encontrado sobre a Amazônia (51 jogos digitais).

Dessa forma, convém destacar alguns pontos relacionados ao estudo dos *games* como objeto multidisciplinar, mas, principalmente, no que diz respeito à abordagem dos jogos como objeto empírico na área da comunicação, tanto no sentido da complexidade dos processos comunicacionais na interação jogador e jogo, como em toda a ecologia midiática em torno dos *games*, principalmente, em relação aos jogos *MMO*.

O primeiro ponto a ser ressaltado é a questão da abordagem metodológica para com o objeto jogo digital. Acredita-se que o *modelo analítico de representações nos jogos digitais* se configurou como uma relevante ferramenta para analisar as representações amazônicas em *BRO*, demonstrando potencial para futuras análises que busquem considerar tanto a existência de representações específicas em um jogo digital, como também, a complexa rede de circulação de sentidos que já está constituída na sociedade e relaciona-se com o *game*.

A análise de *BRO* demonstrou que para dar conta da complexidade da experiência do jogo é necessário observar os *paratextos*, ou seja, a ecologia midiática no entorno dos *games* e o constante movimento dos processos comunicativos nessas redes complexas. O próprio mapeamento dos jogos também se utilizou dessa rede, pois só foi possível realizá-lo devido à existência dos vídeos de *gameplay*, fóruns de debate, *blogs* e portais de notícias, que fazem parte desses circuitos midiáticos.

Outro ponto a ser ressaltado acerca da pesquisa foi a proposta teórico-metodológica adotada para o processo. Ao considerar pesquisas com enfoque na análise de jogos digitais como objeto empírico, valoriza-se também outros procedimentos metodológicos e processos criativos, como a configuração de modelos de análise, processos descritivos baseados na ação de jogar do pesquisador e figuras que apresentam de forma predominantemente visual os dados encontrados (p.ex.: mapas e infográficos), assim como processos comunicativos organizados em rede e em constante movimento (LEMOS, 2013). Por fim, considerou-se ainda o atravessamento de contribuições teóricas de diferentes áreas do conhecimento para tentar dar conta da complexidade do objeto empírico, ou, como já salientaram Hollanda e Lemos (2013, p. 5), que partiram das contribuições da Teoria Ator-Rede: “[...] atravessar estas fronteiras é exigência obrigatória, já que as ‘consequências da constituição’ moderna são inúmeras”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AARSETH, Espen. Computer Games Studies, Year One in: *Gamestudies: The international Journal of Computer Game Research*, Editorial, n. 1, jul. 2001. Disponível em: <<http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>>. Acesso em: 2 fev. 2014.

AARSETH, Espen. **Cybertext**. Perspectives on Ergodic Literature. Baltimore e Londres: Johns Hopkins University Press, 1997.

ALMEIDA, Moana L. A Amazônia sob o Olhar de Quadrinhistas Brasileiros: um Estudo sobre as Obras “Jaguara: Guerreira e Soberana” e “*Spirit of Amazon*”. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 30., 2007. Santos – SP. **Anais...**Santos – SP, 29 ago – 2 set. 2007.

AMARAL FILHO, Otacílio. Verde que te quero verde: A estética da marca Amazônia In: MALCHER, M.A.; SEIXAS, N.S.A.; LIMA, R.L.A.; AMARAL FILHO, O (orgs.). **Comunicação Mdiatizada na e da Amazônia**. V.2. Belém: FADESP, p. 83 – 100. 2011.

A ERA DO VIDEOGAME. 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9n2VagiqY6w>>. Acesso em: 10 nov. 2014.

ASSIS, Rosa. Terminologia e o Universo de um Dicionário de Língua: uma abordagem teórica-prática. In: TRILHAS, Belém, v.10, n.21, p. 7-17, jun. 2008.

ANG, C.S.; ZAPHIRIS, P. **Social Roles of Players in MMORPG Guilds**: A social network analytic perspective. *Information, Communication & Society* V. 13, n. 4, 2010. p. 592 – 614.

BAINBRIDGE, Williams S. **The scientific research potential of virtual worlds**. Disponível em:http://ww.w.icadl.org/mis510/other/5_Bainbridge_Science2007.pdf. Acesso em: 03 jun. 2014.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**: Problemas fundamentais do Método Sociológico na Ciência da Linguagem. São Paulo: Editora Hucitech, 1995.

BNDES. Relatório Final: Mapeamento da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais. 2014. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/seminario/seminario_mapeamento_industria_games042014_Relatorio_Final.pdf> Acesso em 20 jul. 2014.

BOGOST, Ian. *Persuasive games: The expressive power of videogames*. Cambridge, MA: The MIT Press. 2007.

BOGOST, Ian. **The Rethoric of Video Games**. 2008. Disponível em: <http://www.cogsci.rpi.edu/public_html/ruiz/EGDSpring2014/readings/RhetoricVideoGames_Bogost.pdf> Acesso em: 19 nov. 2014.

BOLTER, Jay D; GRUSIN, Richard. **Remediation. Understanding new media**. USA: MIT Press, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Trad. Fernando Tomaz. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus Campos sociais. *In*: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs.). **Mediação & Mdiatização**. Salvador, BA: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.

BROWIKI.ORG. **Ash Vacuum**. Disponível em:<http://browiki.org/wiki/Ash_Vacuum>. Acesso em: 13 de out. 2014.

BUENO, Magali F. **Natureza como representação da Amazônia**. Espaço e Cultura, n. 23. 2010. Disponível em: < <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/espacoecultura/article/view/3524/2451> >. Acesso em: 15 mai. 2014.

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

CASSARO, Marcelo. **Dragão Brasil Especial 39**. Dicas de mestre. São Paulo: Trama, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Trad. de Roneide Venancio Majer; atual. 6. ed: Jussara Simões. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, F.F. **A encenação das identidades na Amazônia contemporânea** *In*: AMARAL FILHO, O; CASTRO, F.F.; SEIXAS, N.S.A (orgs.). Pesquisa em Comunicação na Amazônia. Belém: FADESP, p. 61 – 72. 2010.

CASTRONOVA, Edward. **The Right to Play**. 2003. Disponível em: < <http://www.arcadetheory.org/wp-content/uploads/2014/03/2003castronova.pdf>>. Acesso em: 07 mai. 2014.

CLASEN, Luisa. **Entenda tudo sobre gameplay, o fenômeno do youtube do momento**. 2012. Disponível em: < <http://youpix.virgula.uol.com.br/viral-2/entenda-tudo-sobre-o-fenomeno-do-youtube-gameplay/>>. Acesso em: 15 out. 2013.

CLAYPOOL, M.; CLAYPOOL, K. Latency and Player Actions in Online Games. Communications of the ACM, V. 49, n.11. 2006.

COELHO, M.C.P. **As Narrações da Cultura Indígena da Amazônia: Lendas e Histórias**. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, SP, 2003.

COSTA, Danielle. et al. Baiuka: Jogo Educativo de Lendas Amazônicas. In: Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital, 8., 2009, Rio de Janeiro – RJ. **Anais...**Rio de Janeiro – RJ, 8 – 10 out. 2009.

COSTA, Luciana Miranda. **Comunicação e Meio ambiente**: A análise das campanhas de prevenção a incêndios florestais na Amazônia. Belém: Núcleo de Altos Estudos amazônicos (UFPA/NAEA), 2006.

CRAWFORD, Chris. **The Art of Computer Game Design**. 1982.

CUNHA, Davilson M. et al. O avanço do capital sobre a floresta: uma análise dos processos de desterritorialização e favelização na Amazônia. In: Encontro Nacional de Estudos Populacionais, 16., Caxambú – MG. **Anais...Caxambú – MG**, 29 set – 3 out. 2008.

DEBEAUVAIS, T.; NARDI, B. **A qualitative study of Ragnarök Online private servers: in-game sociological issues**. 2010. Disponível em: <<http://www.darrouzet-nardi.net/bonnie/Debeauvais-Nardi-RO-private-servers.pdf>>. Acesso em 12 abr. 2014.

DUCHENEAUT, N.; MOORE, R. J. **More than just “XP”**: Learning social skills in massively multiplayer online games. In: *Interactive Technology and Smart Education*, V.2, n.2, 2005. p. 89 – 100.

DUCHENEAUT, Nicolas. *Massively Multiplayer Online Games as Living Laboratories: Opportunities and Pitfalls* In: Brainbridge W.S. *Online Worlds: Convergence of the Real and the Virtual*. Ed. Springer, Londres, 2010.p. 135 – 145.

DUTRA, Manoel Sena. **A Natureza da Mídia**: Os discursos da TV sobre a Amazônia, a biodiversidade, os povos da floresta. São Paulo: Annablume, 2009.

DZAI. **Jogo de RPG online mistura Catedral de Brasília com Amazônia**. 2009. Disponível em: <http://www.dzai.com.br/correioweb2/noticia/montanoticia?tv_ntc_id=27068>. Acesso em: 15 out. 2013.

FALCÃO, Thiago. Paratextos, programas de Ação. In: Encontro Anual da Compós, 22., 2013, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2013.

FALCÃO, Thiago; AQUINO, Maria Clara. Sociabilidade e jogo em redes sociais baseadas em localização: dinâmicas interacionais e o sistema de *badges* do *Foursquare*. **Comunicação, Mídia e Consumo** – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo ESPM, ano 10, v. 10, n. 27, 2013.

FERREIRA, Bruno S. Representações do corpo e da cidade na série de games Capoeira Fighter. **Contemporanea**. V.10, Ed. 19, n.1, 2012.

FOLHA DE SÃO PAULO ONLINE. **Cartuchos de Atari são encontrados em escavações no Novo México**. 2014. Disponível em: <http://goo.gl/nkTju8>. Acesso em: 31 out. 2014.

FRAGOSO, Suely. Imersão em Games: da suspensão da crença à encenação de crença. In: XXII Encontro Anual da Compós, Salvador, 2013. **Anais...** Salvador: Universidade Federal da Bahia, 04-07 jun. 2013.

FRASCA, Gonzalo. **Los videojuegos enseñan mejor que la escuela: GONZALO FRASCA at TEDxMontevideo 2012**. 2012. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=TbTm1Lkml8o>> Acesso em: 23 nov. 2014.

FRASCA, Gonzalo. **Play the Message**: Play, Game and Videogame Rhetoric. Tese (Doutorado em Filosofia) – IT University of Copenhagen, Copenhagen, Dinamarca. 2007.

G1. **Game ‘Ragnarök’ completa seis anos no Brasil com comemorações.** 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/games/noticia/2010/09/game-ragnarok-completa-seis-anos-no-brasil-com-comemoracoes.html>>. Acesso em: 15 out. 2013.

GAMESTART. **Ragnarök passa a ter cidade inspirada no Brasil.** 2009. Disponível em: <<http://www.gamestart.com.br/noticia/11609/ragnark-passa-a-ter-cidade-inspirada-no-brasil>>. Acesso em: 15 out. 2013.

GOFFMAN, Erving. *Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise.* Petrópolis, Editora Vozes. 2012

GOMES, Renata. *Narratologia & Ludologia: Um novo round.* In: VIII Brazilian Symposium on Games and Digital Entertainment – SBGames. **Anais...** Rio de Janeiro, 2009, p. 181-189.

GULARTE, Daniel. **Jogos eletrônicos: 50 anos de interação e diversão.** Teresópolis, RJ: Novas Idéias, 2010.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais.** Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HOLLANDA, André; LEMOS, André. **Do paradigma ao cosmograma.** Sete contribuições da teoria ator-rede para a pesquisa em comunicação. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação do XXII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal da Bahia, Salvador, de 04 a 07 de junho de 2013.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura.** 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.

JANOTTI JR., Jeder. **Entretenimento, produtos midiáticos e fruição estética.** In: XVIII Encontro da Compós, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos.** Belo Horizonte: PUC-MG, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Tradução Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, Henry. **Game Design as Narrative Architecture.** 2005. Disponível em: <http://lmc.gatech.edu/~bogost/courses/spring07/lcc3710/readings/jenkins_game-design.pdf>. Acesso em: 20 out. 2014.

JODELET, D. **Représentations sociales: un domaine en expansion.** In: D. JODELET (org.) *Les représentations sociales.* Paris: PUF, 1989, pp. 31-61. Tradução: Tarso Bonilha Mazzotti. Revisão Técnica: Alda Judith Alves- Mazzotti. UFRJ- Faculdade de Educação, dez. 1993.

JOHNSON, Neil F. et al. **Human group formation in online guilds and offline gangs driven by a common team dynamic.** 2009. Disponível em: <<http://arxiv.org/pdf/0812.2299.pdf>>. Acesso em: 03 jun. 2014.

JOHNSON, Steven. **Everything Bad is Good for You**. How Today's Popular Culture is Actually Making Us Smarter. New York: Riverhead Books, 2005.

JUNIOR, Ornélio H. et al. TERRAEDU: uma Abordagem Baseada em Jogos para a Educação Ambiental na Amazônia. **Nuevas Ideas en Informática Educativa – TISE**. v.9. 2013. Disponível em: <http://www.tise.cl/volumen9/TISE2012/727-730.pdf> . Acesso em: 15 mai. 2014.

JUUL, Jesper. **The game, the player, the world: looking for a heart of gameness**. Utrecht University, 2003. Disponível em: http://www.jesperjuul.net/text/_gameplayerworld/>. Acesso em: 10 jan. 2014.

JUUL, Jesper. **A Casual Revolution: reinventing video games and their players**. Cambridge, MA: The MIT Press, 2010.

KENSKI, Rafael. **A vida é um jogo**. Dez. 2011. Disponível em: <http://super.abril.com.br/cotidiano/vida-jogo-656186.shtml>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

KENT, Steven L. **The ultimate history of video games: from Pong to Pokemon – the story behind the craze that touched our lives and changed the world**. New York: Three River Press, 2001.

KLASTRUP, Lisbeth. **A poetics of virtual worlds**. Melbourne DAC, 2003. Disponível em: <http://www.hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/Klastrup.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2014

KLASTRUP, Lisbeth. **The worldness of Everquest: exploring a 21st century fiction**. Game Studies V. 9, I. 2, 2009. Disponível em: <http://gamestudies.org/0901/articles/klastrup> >. Acesso em: 12 jun. 2014.

KOLO, Castulus; BAUR, Timo. **Living a Virtual Life: Social Dynamics of Online Gaming**. Game Studies, V.4, I. 1, 2004. Disponível em: <http://realities.id.tue.nl/wp-content/uploads/2010/03/kolo-baur-2004.pdf> >. Acesso em: 13 jun. 2014.

LASTOWSKA, Gregory F. **Planes of power: Everquest as text, game and community**. Game Studies V. 9, I. 2, 2009. Disponível em: <http://gamestudies.org/0901/articles/lastowka>>. Acesso em: 12 jun. 2014.

LAUREL, Brenda. **Computers as Theatre**. Londres: Addison Wesley, 1993.

LEMOS, André. **A Comunicação das Coisas: Teoria Ator-Rede e Cibercultura**. São Paulo: Ed. Annablume, 2013.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 5 ed. Porto Alegre: Sulina, 2010. (Coleção Cibercultura).

LEMOS, André. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (Orgs.). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **Pierre Lévy – O que é Virtual?**. 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sMyokl6YJ5U>>. Acesso em: 10 nov. 2014.

LOUREIRO, João de Jesus Paes. **Cultura Amazônica: Uma poética do imaginário**. São Paulo: Escrituras Editora, 2001.

LUZ, Alan Richard da. **Vídeo game: história, linguagem e expressão gráfica**. (Coleção pensando o design). São Paulo: Blucher, 2010.

MACEDO, T.; AMARAL FILHO, O. **Dos Rios ao Cristal Líquido: Uma análise da skin Nami Iara em League of Legends** *In: Revista Temática, Ano X, n. 09 – Set, 2014.*

MACHADO, Arlindo. **O sujeito na tela**. São Paulo: Paulus, 2007.

MAIA, Alessandra. **A materialidade do jogar no Kinect: o terror ganha outras proporções**. *In: XXII Encontro Anual da Compós, Salvador, 2013. Anais...* Salvador: Universidade Federal da Bahia, 04-07 jun. 2013.

MAKOWIECKY, Sandra. Representação: A palavra, a ideia, a coisa. *In: LEIS, H.R. (org.). Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas*. N. 57. 2003.

MARCHANT, Alexander. **Do escambo à Escravidão**. As relações econômicas de portugueses e índios na colonização do Brasil 1500 – 1580. Disponível em: <<http://www.brasiliana.com.br/obras/do-escambo-a-escravidao-as-relacoes-economicas-de-portugueses-e-indios-na-colonizacao-do-brasil-1500-1580/pagina/3/texto>>. Acesso em: 06 dez. 2014.

MAURO. **Ragnarök tem nova cidade inspirada no Brasil**. 2009. Disponível em: <<http://adrenaline.uol.com.br/2009/10/29/3145/ragnar-k-tem-nova-cidade-inspirada-no-brasil>>. Acesso em: 15 out. 2013.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação de massa como extensões do homem: *understanding media***. 3. ed. São Paulo: Cultrix, 1964.

MIRANDA, D.S.M. **Palafitas Digitais: Comunicação, convergência cultural e relações de poder em afuá**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Pará, Instituto de Letras e Comunicação, Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, 2014.

MMODATA.NET. **Index of /mmodata/Charts**. 2013. Disponível em: <<http://users.telenet.be/mmodata/Charts/>>. Acesso em: 22 jun. 2014.

MMORPG.COM. **MMORPG Gamelist – All MMO Games**. Disponível em: <<http://www.mmorpg.com/gamelist.cfm>>. Acesso em: 22 jun. 2014.

MONTEIRO, A.M.E. **Cinema e Misticismo Oriental: A representação do Zen budismo na obra de Akira Kurosawa**. (Dissertação de Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Linguística Aplicada – Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza, CE, 2010.

MONTEIRO, Gilson; COLFERAI, Sandro. **Por uma pesquisa amazônica em Comunicação**: provocações para novos olhares *In*: MALCHER, M.A.; SEIXAS, N.S.A.; LIMA, R.L.A.; AMARAL FILHO, O (orgs.). **Comunicação Midiatizada na e da Amazônia**. V.2. Belém: FADESP, p. 83 – 100. 2011.

MOSCOVICI, S. **A representação social da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MURRAY, Janet. **Hamlet on the Holodeck**. Nueva York, The Free Press. 1997.

NEVES, Ivânia S. Sobre o Discurso da Nudez e da Antropofagia: A invenção do Índio e o Percorso do Olhar. **Recorte**. N.2, v. 7. 2010. Disponível em: <http://revistas.unincor.br/index.php/recorte/article/view/136/pdf> . Acesso em: 15 mai. 2014.

NEVES, I.S.; MIRANDA, D. S. M.. **Sobre palafitas e redes móveis**: usos sociais dos *smartphones* em Afuá-Marajó-Pará. Anais do II Colóquio Semiótica das Mídias. Volume 2, Número 1. Japaratinga, AL: UFAL, 2013a. Disponível em: http://www.ciseco.org.br/anaisdocoloquio/images/csm2/CSM2_IvaniaNevesDiogoMiranda.pdf>. Acesso em 15 mai. 2014.

NEWZOO. Global Game Revenues 2014: Game Revenues by Region. 2014a. Disponível em: http://www.newzoo.com/wp-content/uploads/2011/06/Newzoo_Global_Game_Revenues_2014_ori.jpg>. Acesso em: 20 nov. 2014.

NEWZOO. LATAM Regional Game Revenues 2014: Top countries based on game revenues. 2014b. Disponível em: http://www.newzoo.com/wp-content/uploads/2011/06/Newzoo_LATAM_Game_Revenues_2014_ori.jpg>. Acesso em: 20 nov. 2014.

NEWZOO. **Gamers in Brazil**. Infográfico. 2013. Disponível em: <http://www.newzoo.com/infographics/infographic-the-brazilian-games-market/>>. Acesso em 10 out. 2014.

NEWZOO. **The 2013-2017 Global PC/MMO Market**. 2014c. Disponível em: http://www.newzoo.com/wp-content/uploads/2011/06/Newzoo_Global_PC_MMO_Market.jpg>. Acesso em: 20 nov. 2014.

PAVARIN, Guilherme. **Ragnarök ganha cidade brasileira**. 2009. Disponível em: <http://info.abril.com.br/noticias/internet/ragnarok-ganha-cidade-brasileira-30102009-36.shl>>. Acesso em: 15 out. 2013.

PERANI, Letícia. *Game Studies* Brasil: um panorama dos estudos brasileiros sobre jogos eletrônicos. **Anais do XII Colóquio Internacional sobre Escola Latino-Americana de Comunicação** – Celacom. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2008.

PEREIRA, V. A.; POLIVANOV, B. Entretenimento como linguagem e materialidade dos meios nas relações de jovens e tecnologias contemporâneas. In: BARBOSA, Lívia (org.). **Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo**. Porto Alegre: Sulina, 2012. P. 78 – 96.

PINHEIRO, Cristiano M. P. **Apontamentos Para uma Aproximação Entre Jogos Digitais e Comunicação**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, RS, 2007.

PITKIN, Hanna Fenichel. **The Concept of Representation**. Berkeley, CA, Los Angeles, CA and London: University of California Press. 1967.

PITKIN, Hanna Fenichel. Representação: Palavras, Instituições e Idéias. 2006. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/ln/n67/a03n67.pdf> >. Acesso em: 10 nov. 2014.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada Por Computador: Comunicação, Cibercultura, Cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RABELLO, Solon A. et al. **Modelo de Comunicação híbrido para Jogos Massivos Multi-Jogador**. 2006. Disponível em: <http://www.cin.ufpe.br/~sbgames/proceedings/files/Modelo.pdf>. Acesso em: 10 mai. 2014.

RABELLO, A.C.B.B. **A comunicação hipermediática das comunidades jovens: caso Ragnarok Online**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.

RIBEIRO, Darcy. **O Povo Brasileiro: A formação e o sentido do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras. 1995.

RODRIGUES, A.D. **O paradigma comunicacional: história e teorias**, Lisboa: Fundação C. Gulbenkian. 2011.

RODRIGUES, Damasceno R. et al. Jogo Educativo com Tema Histórico: A Revolução da Cabanagem. In: Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital, 7., 2008, Belo Horizonte – MG. **Anais...**Belo Horizonte – MG, 10 – 12 nov. 2008.

ROGERS, Scott. **Level Up!: The Guide to Great Video Game Design**. John Wiley & Sons. 2010.

RYAN, Marie-Laure. **Narrative as a Virtual Reality**. Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media. Baltimore: The John Hopkins University Press, 2001.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Rules of Play - Game Design Fundamentals**. MIT Press, Cambridge, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTOS. L.V.V. O Brasil Contado em Rounds: Representações de uma Nação em Jogos Digitais de Luta Estrangeiros. In: Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital, 10., 2011, Salvador –BA. **Anais...**Salvador – BA, 7-9 nov. 2011.

SCHAAN, D.P.; MARTINS, P.M. **Muito além dos campos**: Arqueologia e história na Amazônia Marajoara. – 1. ed. – Belém : GKNORONHA, 2010.

SEIXAS, N.S.A. Produção de sentidos sobre a Amazônia: dos colonizadores aos tempos atuais. In: AMARAL FILHO, O; CASTRO, F.F.; SEIXAS, N.S.A (orgs.). Pesquisa em Comunicação na Amazônia. Belém: FADESP, p. 61 – 72. 2010.

SILVA, J. P. et al. **A floresta em mediações**: mídias, discursos e recepções pelos marajós In: Revista Memento – Revista do Mestrado em Letras Linguagem, Discurso e Cultura – UNINCOR. V.2, n.2, ago. – dez. 2011.

SOUZA, Luciano. **Aperte Start** - O videogame como produto cultural: Definindo um novo objeto de pesquisa para a comunicação. 2003. 96 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2003.

SOARES, M. C. **Representações da cultura midiática: para a crítica de um conceito primordial**. Trabalho apresentado no XVI Encontro da Compôs, Curitiba, PR, jun. 2007. Disponível em: < http://www.compos.org.br/data/biblioteca_204.pdf > Acesso em: 10 nov. 2014.

SOARES, Nilson V. **MUNDOS VIRTUAIS E EXTERNALIDADES MIDIÁTICAS**: As possibilidades de práticas do jornalismo nos jogos on-line. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2009.

SOUZA, Bruno C. et al. **MMORPGS and cognitive performance**: A study with 1280 Brazilian high school students. 2010. Disponível em: <http://www.researchgate.net/publication/220495223_MMORPGS_and_cognitive_performance_A_study_with_1280_Brazilian_high_school_students/file/5046352967824aee61.pdf>. Acesso em: 22 jul. 2014.

SOUZA, Igor R.L. **Do crepúsculo dos Deuses à alvorada dos avatares**: Um estudo sobre os processos de interação, comunicação e socialização nas comunidades do Brasil Ragnarök Online. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2010.

STEINKUEHLER, Constance; WILLIAMS, Dmitri. Where everybody knows your (screen) name: online games as "third places". **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 11, n. 4, 2006. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue4/steinkuehler.html>>. Acesso em: 20 jun. 2013.

STEUER, J.S. **Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence**. Journal of Communication, 42(4), p. 73-93, 1992.

SUPERJOGOS. Amazônia: **Conheça a história do primeiro game desenvolvido no Brasil**. Disponível em: <<http://www.superjogosonline.com.br/blog/curiosidades/amazonia-conheca-a-historia-do-primeiro-game-desenvolvido-no-brasil.html>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

SUZNJEVIC, Mirko et al. **Network performance, session patterns and latency requirements analysis.** 2009. Disponível em: <http://www.rc.fer.hr/images/50008067/MTAP09_MMORPG_PlayerActions-NetwPerformSessionPatternsAndLatencyRequiremAnalysis_pre.pdf>. Acesso em 28 jul. 2014.

TAYLOR, T.L. **Pushing the Borders: player participation and game culture.** 2007. Disponível em: <<http://tltaylor.com/wp-content/uploads/2009/07/Taylor-PushingTheBorders.pdf>>. Acesso em: 02 jul. 2014.

TEIXEIRA, Luís Felipe B. Criticismo Ludológico e Novos Média: introdução. *In: VI Simpósio Brasileiro de Jogos para Computador e Entretenimento Digital – SBGames. Anais...* São Leopoldo, RS: Unisinos, 2007.

TFOUNI, S.A.V. et al. **Contribuição do guaraná em pó (Paullinia cupana) como fonte de cafeína na dieta** In: *Revista Nutrição*, Campinas, 20(1), jan - fev, 2007, p. 63 – 68.

TORRES, L.C.; FERREIRA, H.S. **Amazônia Azul: a fronteira brasileira no mar.** Disponível em: <<https://www.mar.mil.br/dhn/dhn/amazoniazul.pdf>>. Acesso em 15 mai. 2014.

TYCHSEN, Anders et al. **The game master.** Proceedings of the 2005 Interactive Entertainment Conference, 123, 215-222, 2005.

UOL JOGOS. **“Ragnarök Online” terá cidade inspirada no Brasil.** 2009. Disponível em: <<http://jogos.uol.com.br/pc/ultnot/2009/10/28/ult182u8267.jhtm>>. Acesso em: 15 out. 2013.

VAINSENER, S.A. **Vitória-Régia.** 2006. Disponível em:<http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com_content&view=article&id=129&Itemid=1>. Acesso em: 23 dez. 2014

WEILLER, Thaís. **Game Design Inteligente: elementos de design de videogames, como funcionam e como utilizá-los dentro e fora de jogos.** Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2012.

WIESEBRON, Marianne. **Amazônia Azul: Pensando a Defesa do Território Marítimo Brasileiro** *In: Austral: Revista Brasileira de Estratégia e Relações Internacionais.* V.2, n.3, jan. – jul. 2013, p. 107 – 131.

WOLF, Mark J. *The Medium of the Video Game.* Austin: University of Texas Press, 2001.

YEE, Nick. **The demographics, motivations, and derived experiences of users of massively-multiuser online graphical environments.** 2006. Disponível em: <<http://www.nickyee.com/pubs/Yee%20-%20MMORPG%20Demographics%202006.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

REFERÊNCIAS DE JOGOS

- AGAME.COM. **Jungle Quad** [PC].
- BALANOFF, Alexander. **Guardian** [PC]. 2013.
- BLUESKY STUDIOS. **A máquina de dança de Nico e Pedro**. [mobile e PC]. 2014.
- BLUESKY STUDIOS. **Festa do Samba**. [mobile e PC]. 2014.
- BLUESKY STUDIOS. **Luta na selva de Blu**. [mobile e PC]. 2014.
- CAPCOM. *Darkstalkers: The Night Warriors*. [Arcade]. 1994.
- CAPCOM. **Darkstalkers 3**. [Arcade]. 1997.
- CAPCOM. **Ducktales Remastered**. [Console]. 2013.
- CAPCOM. *Night Warriors: Darkstalkers' Revenge*. [Arcade]. 1995.
- CAPCOM. **Street Fighter II: The World Warrior** [Arcade]. 1991.
- CAPCOM. **Street Fighter III: New Generation**. [Arcade e Console]. 1997
- CAPCOM. **Street Fighter IV**. [Console]. 2008.
- CAPCOM. **Street Fighter Alpha 3**. [Arcade]. 1998.
- CAPCOM; AKIRA. **Street Fighter EX 2**. [Arcade e Console]. 1998.
- CAPCOM; AKIRA. **Street Fighter EX 3**. [Console]. 2000.
- CAPCOM. **Super Heroes: War of the Gems**. [Console]. 1995.
- CAPCOM. **Ultra Street Fighter IV**. [Console]. 2014.
- CAPCOM. **Vampire Hunter 2: darkstalkers revenge**. [Arcade]. 1997.
- CAPCOM. **Vampire Savior 2: the lord of vampire**. [Arcade]. 1997.
- DEGIOVANI, Renato. **Aventuras na Selva (Amazônia)**. [PC]. 1983
- ELETRONIC ARTS. **2014 Fifa World Cup**. [Console]. 2014.
- ELETRONIC ARTS. **Road Rash**. [Console]. 1991.
- FRIENDS_GAMES. **Amazonia**. [PC].
- FUNKITRON. **Slingo Quest Amazon**. [PC].
- FUNNYBEEGAMES. **Amazon Forest Scape**. [PC].
- GAIJIN ENTERTAINMENT. **Modern Conflict 2**. [Mobile]. 2011.

- GIRLGAMES.COM. **Amy's Amazon Travel**. [PC].
- GIRLGAMES.COM. **Sarah, Jewel of the Amazon**. [PC].
- GRAVITY CORP. **Ragnarök Online**. [PC]. 2002.
- GRUPO DE DESENVOLVIMENTO FACULDADE ESTÁCIO. **TERRAEDU**. [PC e Console]. 2013.
- JOGOS INLINE. **A lenda do Boto Cor de Rosa**. [PC]. 2010.
- JUSTFREEGAMES. **Amazon Quest**. [PC].
- KEMCO. **Top Gear**. [Console]. 1992.
- LARV-UFPA. **A Revolta da Cabanagem**. [PC]. 2006.
- LIBREDIA. **Black Rainbow**. [Mobile e PC]. 2014.
- MARTIN, Chriss. **Sift Heads World – act 5**. [PC]. 2010.
- NAMCO. **Knuckle Heads**. [Console]. 1993.
- NINTENDO. **The Legend of Zelda: Majora's Mask**. [Console]. 2000.
- PIMENTA, Wendel **BAIUKA (jogo 1)**. [PC]. 2009.
- PIMENTA, Wendel. **BAIUKA (jogo 2)**. [PC]. 2009.
- RIOT GAMES. **League of Legends**. [PC]. 2008.
- SNK. **Fight Fever**. [Console]. 1994.
- SNK. **The King of Fighters '94**. [Arcade e Console]. 1994.
- STODDARD, Scott. **Capoeira Fighter 2**. [PC]. 2003.
- STODDARD, Scott. **Capoeira Fighter 3**. [PC]. 2008.
- TAITO. **Kaiser Knuckle**. [Console]. 1994.
- TECMO. **Ninja Gaiden**. [Arcade]. 1988.
- VASCOGAMES. **Cross the Amazon**. [PC].
- VISCO. **Breakers**. [Console]. 1996.
- VISCO. **Breakers Revenge**. [Console]. 1998.

APÊNDICE

Acessando e conhecendo um pouco mais o *game*¹⁰⁷

Para acessar *BRO*, o usuário necessita cumprir alguns requisitos básicos: 1) ter um computador (*Desktop*, *notebook* ou *netbook*) com os requisitos mínimos de configuração para executar o jogo¹⁰⁸ e acesso à internet; 2) Instalar os arquivos necessários para executar o jogo no computador, podendo fazer o *download*¹⁰⁹ dos arquivos ou adquirir o cd de instalação através da *Revista Level UP!* ou ainda, pode-se utilizar um *pen drive* para gravar os arquivos do jogo que tenham sido previamente instalados em um computador e simplesmente extraí-los em outro computador, sem necessidade de instalação¹¹⁰; 3) Acessar o endereço eletrônico para criar uma conta *Level Up!*¹¹¹, posteriormente, criar uma conta do jogo *Brasil Ragnarök Online* (figura 118); 4) Realizar a atualização dos arquivos do jogo seguindo processo “executar o jogo clicando no ícone do jogo (ver figura 119) > aguardar o processo de atualização > clicar no botão *jogar* após a finalização da atualização” (ver figura 120).

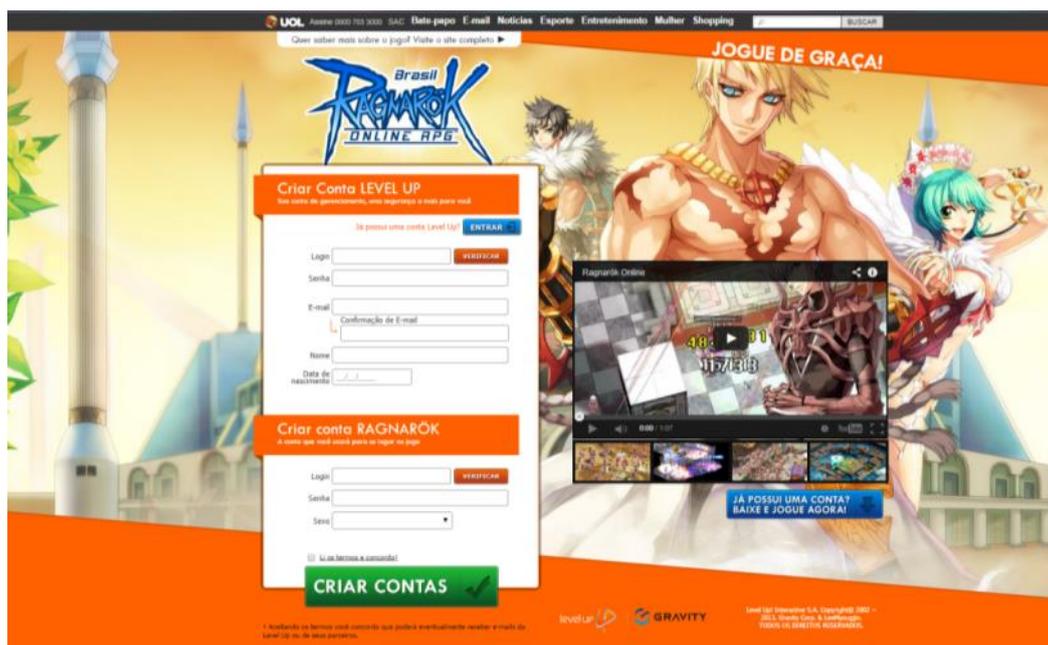


Figura 118 - Página de criação de conta *Level Up!*

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/jogue-de-graca/cadastro-c.html>

¹⁰⁷ Algumas informações constantes desse Anexo também se encontram no Capítulo II. O objetivo de mantê-las também aqui foi garantir a coerência narrativa e o entendimento adequado do conteúdo exposto, prioritariamente, de caráter operacional no que se refere uso do jogo.

¹⁰⁸ Para ver os requisitos mínimos do sistema, acessar: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/suporte/requisitos-sistema.lhtml>.

¹⁰⁹ Para mais informações, ver: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/downloads/comece-jogar/instrucoes>.

¹¹⁰ O processo foi testado e o jogo foi executado normalmente.

¹¹¹ Para criar uma conta, acessar: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/jogue-de-graca/cadastro-c.html>.

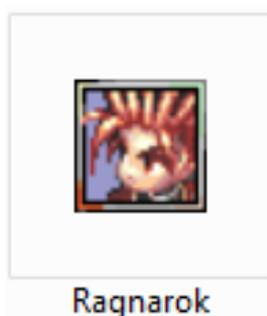


Figura 119 - Ícone para executar o jogo *Ragnarök Online*

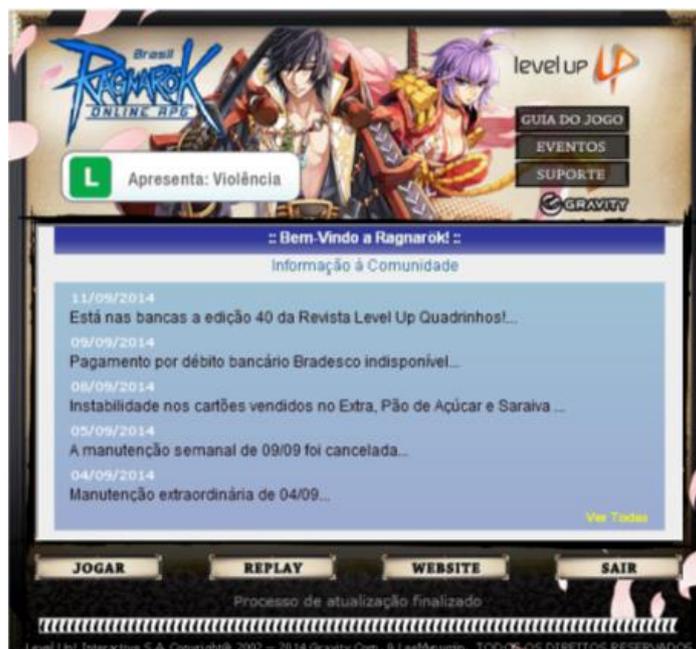


Figura 120 - Programa de atualização do jogo

Assim que o jogo é executado, a janela de um pequeno programa se abre e o processo de verificação de todos os arquivos necessários para executar *BRO* é iniciado. Se faltarem arquivos, o programa acusa e inicia o *download* automaticamente, de modo que o usuário deve aguardar a finalização do processo. Esses pequenos *softwares* são chamados de *patches*. Assim que o processo finaliza, o botão jogar pode ser clicado e a tela do jogo é apresentada ao jogador.

Ao iniciar o jogo, o usuário precisa ler e concordar com o Contrato de Licença e Uso do *software Ragnarök (End User License Agreement* ou *EULA*) para prosseguir no processo. Posterior a essa etapa, o jogo requer do usuário a escolha de um dos três servidores de acesso. Servidores são diferentes canais de acesso que dividem a demanda dos usuários e *BRO* funciona através do serviço cliente-servidor (M. CLAYPOOL; K. CLAYPOOL, 2006), no qual um mundo virtual de *BRO* é distribuído em cada um dos servidores. O esquema gráfico

criado por Kolo e Baur (2004) é bastante elucidativo para demonstrar como funciona o serviço cliente-servidor¹¹².

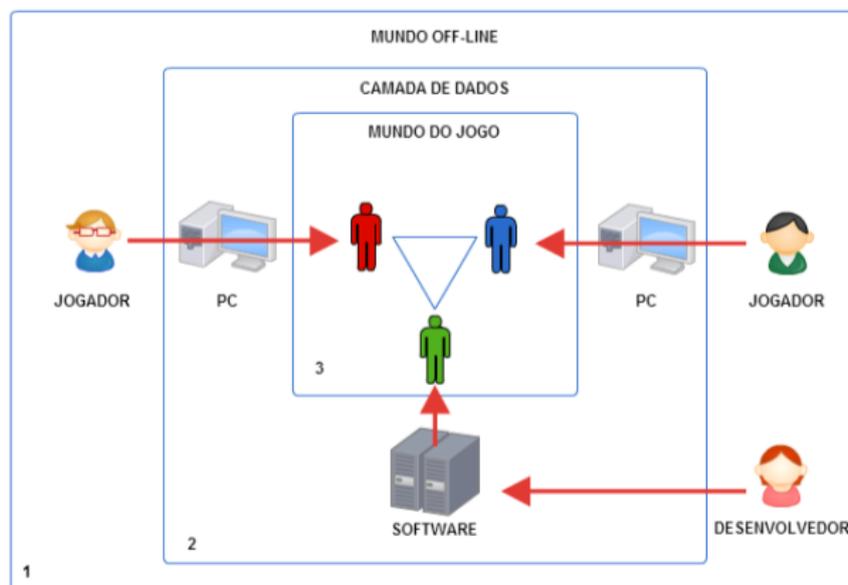


Figura 121 - Serviço cliente-servidor, adaptação do esquema de Kolo e Baur (2004)

A figura é uma adaptação do quadro da situação de jogo dividida em três camadas, proposta por Kolo e Baur (2004). Os autores criaram uma representação simples da arquitetura de conexão entre os usuários. É possível observar que a estrutura *on-line* do jogo não está separada da *off-line*. O primeiro quadro identifica os usuários em suas máquinas, a segunda demonstra a presença dos *hardwares* e *softwares* que permitem a execução do jogo e a terceira apresenta o mundo virtual do jogo.

Cada servidor de *BRO* possui um nome específico e características próprias, ou seja, os jogadores têm a possibilidade de escolher aquele que mais se adapta a seu interesse. No site oficial da *Level Up!*, há informações sobre as diferenciações de cada servidor (ver <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/suporte/servidores-de-ragnarok.lhtml>). Existem três servidores disponíveis aos jogadores, *Odin* (servidor *premium*, no qual há mais vantagens aos jogadores e o acesso se dá por assinaturas mensais ou compra de créditos de jogo), *Asgard* (servidor com algumas limitações aos jogadores, mas necessita apenas de um pagamento único de R\$ 9,90 para acessá-lo, sem necessidade de assinatura ou pagamentos mensais) e *Thor* (Acesso gratuito, porém, possui algumas limitações no serviço). Considerando cada tipo de serviço, o jogador seleciona um dos servidores na tela inicial do jogo (figura 122) e, após isso, insere os dados cadastrados nos campos *login* e *senha* (figura 123). A partir desse momento, o jogador inicia o processo de criação de personagem.

¹¹² Para maiores informações sobre o esquema gráfico, ver Kolo e Baur (2004).



Figura 122 - Tela de seleção de servidor em *BRO*



Figura 123 - Tela para digitar o login e senha de acesso

Para criação do *avatar*, deve-se escolher um dos espaços no qual o personagem fica alocado (*slots*) e selecionar a opção “criar”. A partir daí, surge na tela uma primeira imagem do personagem, na qual características da aparência física podem ser editadas (cor do cabelo, penteado) e atributos relacionados às capacidades de ação do personagem, como “força” (*str*), “agilidade” (*agi*), “vitalidade” (*vit*), “inteligência” (*int*), “destreza” (*dex*) e “sorte” (*luk*). Outras opções são o nome e o sexo do personagem, sendo este último definido na criação da conta de *BRO*.

Como em *BRO* existem diversas classes para os personagens (também chamadas de profissões), cada uma com suas características próprias, é requisitado ao jogador editar os atributos de ação do personagem através de um hexágono que faz automaticamente um balanceamento dessas características, podendo adequar o personagem para cada tipo de

profissão (figura 124). Cada movimento no hexágono alterna as possibilidades de atributos e o jogador deve escolher a melhor opção para a futura profissão do seu *avatar*, que, por padrão, inicia com a classe *aprendiz*.

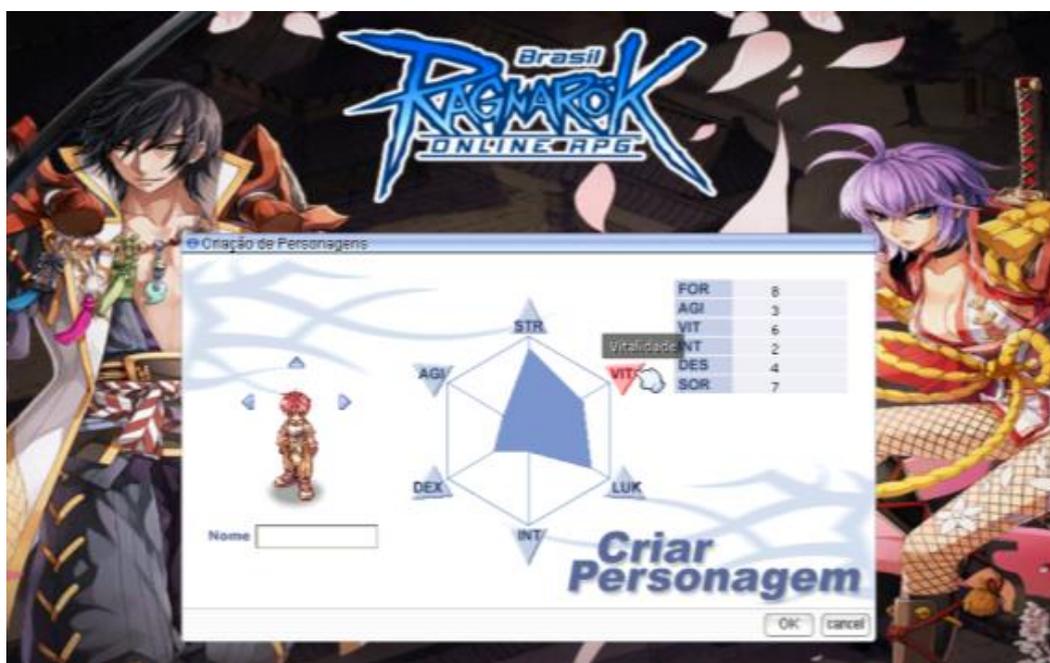


Figura 124 - Hexágono para balanceamento dos atributos na tela de criação de personagem

Na figura 125, estão presentes as profissões existentes em *BRO*. É importante destacar que algumas classes são pré-requisitos para alcançar outras. Por exemplo, para se tornar um “*Lord*”, é necessário que o jogador passe pelas classes “*Espadachim*” e, posteriormente, “*Cavaleiro*”.

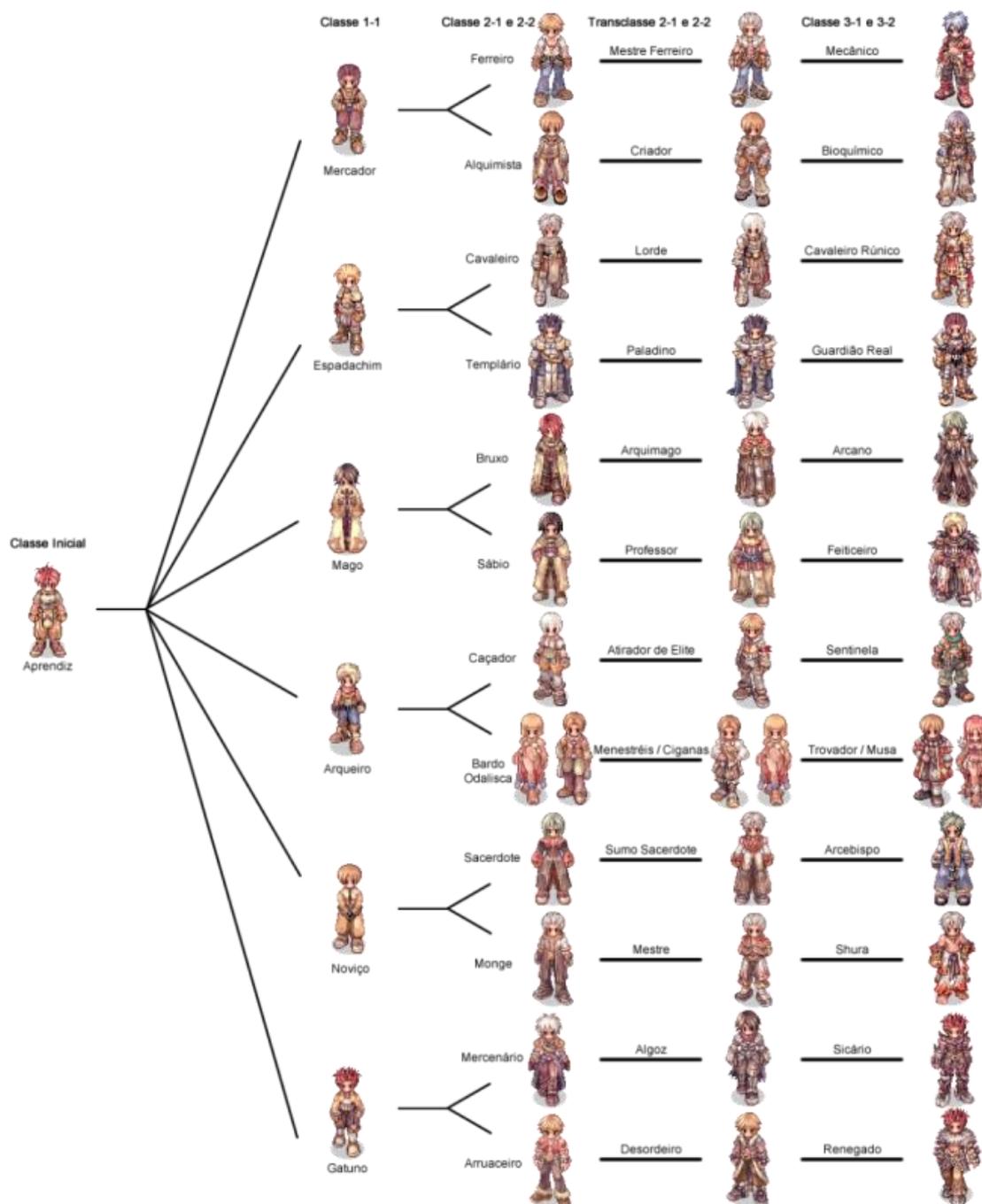


Figura 125 - Profissões de BRO

Fonte: <http://conexaoasia.com.br/blog/wp-content/uploads/2014/05/arvore1a.png>

De posse de um personagem, o usuário tem a possibilidade de acessar o mundo virtual de *BRO*. Por padrão, quando se inicia o jogo com um personagem novo, também intitulado de “*newbie*”, o jogador é primeiro direcionado ao campo de treinamento, um local para iniciantes em que se aprendem as informações básicas para começar a jogar *Ragnarök Online*.

O primeiro aprendizado do jogador é para com os comandos de ação do personagem e com a interface do jogo, na figura 126, é possível observar alguns elementos básicos da tela de jogo.

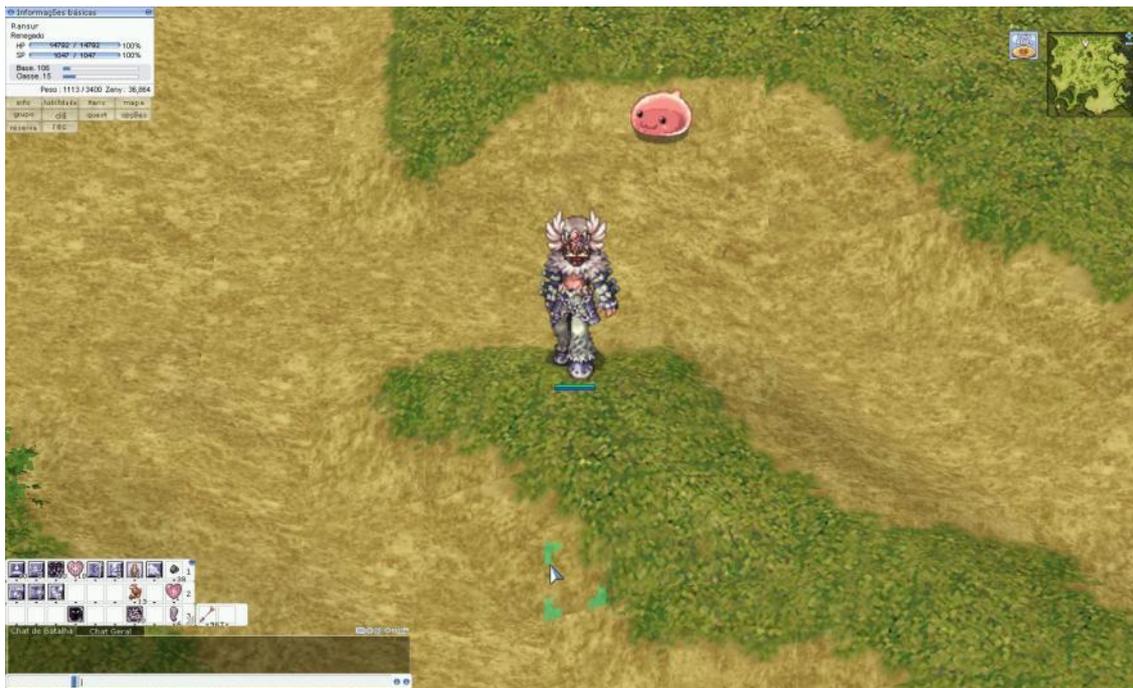


Figura 126 - Interface básica do jogo

É através do teclado, mouse e da interface gráfica do jogo que o usuário pode acessar todas as informações necessárias para jogar. Há diversas janelas com informações que podem ser acessadas através do *menu* localizado na parte superior esquerda da tela. Essas informações podem ser acessadas através do mouse ou com atalhos no teclado (por exemplo, “*alt + E*” para abrir a janela de itens, “*esc*” para a janela de configurações do jogo). Há janelas que mostram ao jogador os seus itens (podem ser consumíveis, itens diversos e equipamentos), equipamentos que o personagem está utilizando no momento e os seus atributos de ação, informações sobre os amigos, habilidades do personagem entre outras possibilidades.

Acerca dos comandos de controle, é possível controlar a câmera que está focando o personagem, sendo possível manipular o *zoom*, fazer rotação e mudar o ângulo de visão¹¹³. Para mover o personagem, é necessário escolher um ponto no mapa que é destacado pelo cursor do mouse e clicar, automaticamente, o *avatar* se movimenta em direção à posição clicada. Quando o jogador encontra uma criatura selvagem em um local ou personagens não-jogadores conhecidos como *NPC*¹¹⁴ (*non-player character*), ou ainda, dispositivos que podem ser acionados, o cursor muda de aparência, sinalizando ao jogador uma ação diferente (por exemplo, conversar, atacar, atravessar uma porta, etc.).

¹¹³ estas informações estão disponíveis em <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/guia-do-jogo/primeiros-passos/treinamento-cam-mov-model.lhtml>.

¹¹⁴ Personagens controlados pelo sistema de programação do jogo. Suas ações são totalmente pré-programadas e comumente ficam parados na mesma posição, sendo possível, na maioria dos casos, apenas obter informações deles através de um diálogo também programado.

Por padrão, há uma mini-mapa localizado na parte superior direita da tela de jogo, que mostra uma visão geral do local em que o jogador está e a posição exata do personagem através de um marcador em forma de seta. É importante frisar que toda a interface do jogo é manipulável, ou seja, ao jogador é permitido realizar diversas modificações para seu melhor desempenho (na figura 127, um exemplo de modificação no padrão inicial da interface de jogo).

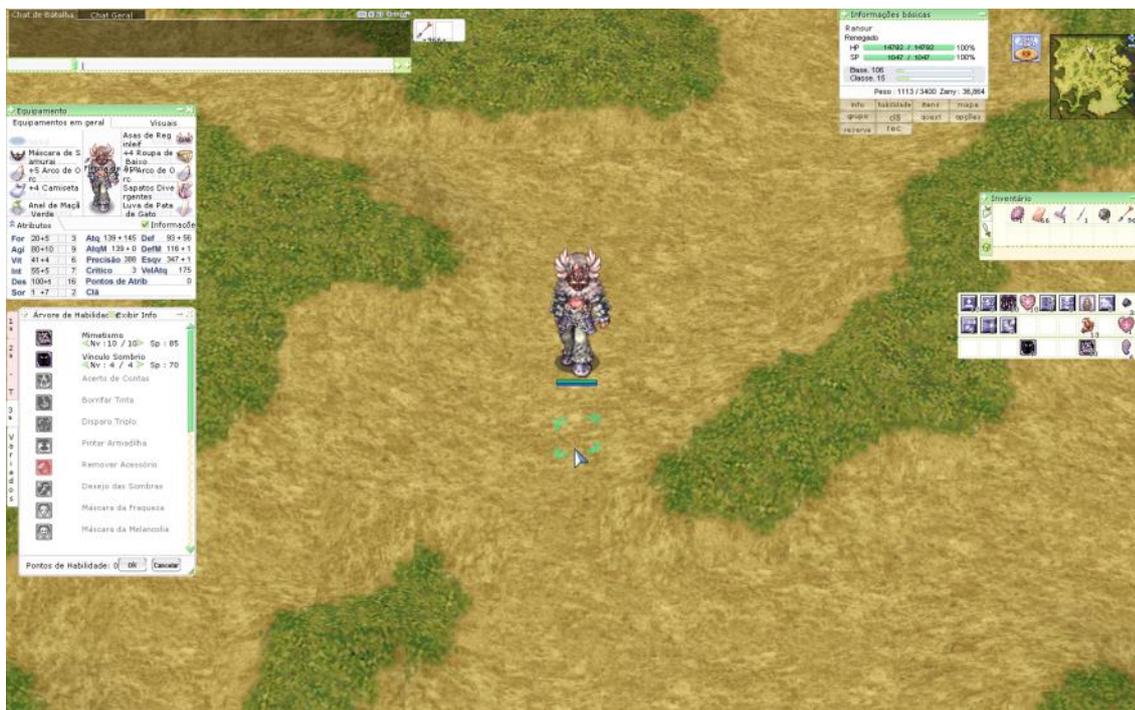


Figura 127 - Interface modificada em relação ao formato padrão

Também é possível alterar configurações específicas do sistema do jogo, como resolução do vídeo, volume do áudio (músicas e efeitos), escolher personagem, sair do jogo, configurar os atalhos do teclado etc. Há a possibilidade de editar as configurações do jogo na pasta onde estão localizados os arquivos do jogo, através do ícone do arquivo executável intitulado “*setup*” (figura 128).

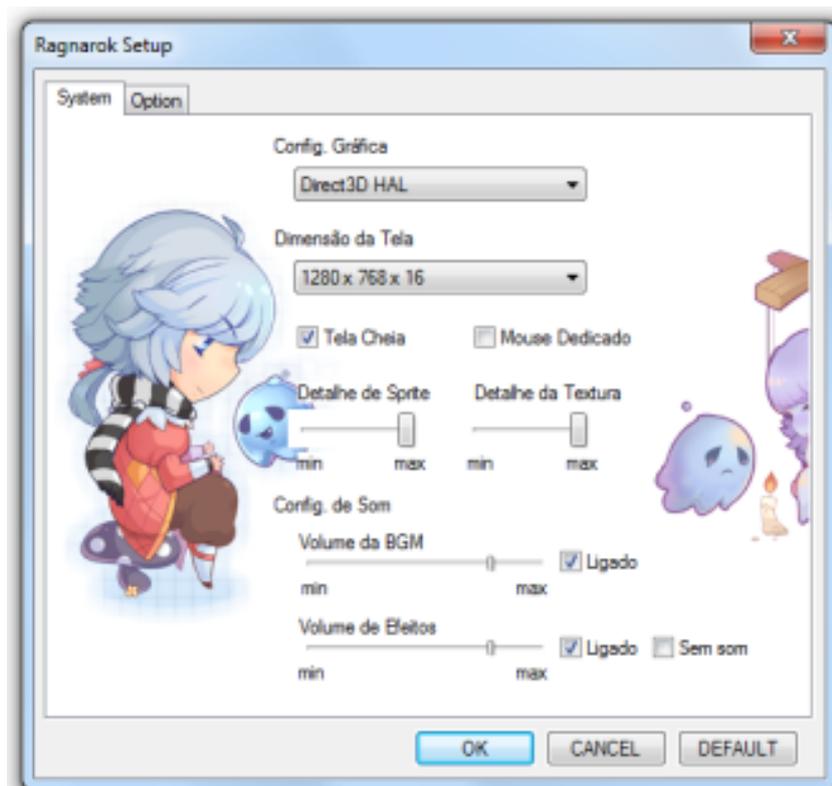


Figura 128 - Janela de configurações externa ao jogo

Para fins de registro do jogo, pode-se utilizar o botão “*printscreen*” no teclado para gerar imagens da tela do jogo que são salvas automaticamente na pasta dos arquivos do jogo (as imagens da pesquisa foram geradas através dessa ferramenta). Outra opção é a gravação de vídeos, que pode ser acionada através do botão “*REC*” que por padrão se localiza no *menu* superior direito da interface do jogo. Ao finalizar o registro do vídeo, um arquivo é gerado automaticamente na pasta onde estão localizados os arquivos do jogo.

Outras ferramentas relevantes são as janelas de “*chat*”, dispositivos de diálogo entre os jogadores. O usuário pode acioná-las em diferentes situações: a) através da janela de *chat* por padrão no canto inferior esquerdo, no qual pode-se comunicar de forma privada com outro usuário, com jogadores que estiverem com personagens próximos ao seu ou com um grupo fechado de pessoas. Também é possível criar uma sala para conversa, sendo permitido configurar para acesso público ou restrito com senha, com limite de até 20 pessoas (figura 129). Uma vez que a sala de *chat* está criada, outros jogadores podem acessá-la clicando na pequena janela que surge acima do personagem com o título da sala. Se estiver com senha, ao clicar, o jogador deve digitá-la corretamente para poder acessar a sala de *chat*.

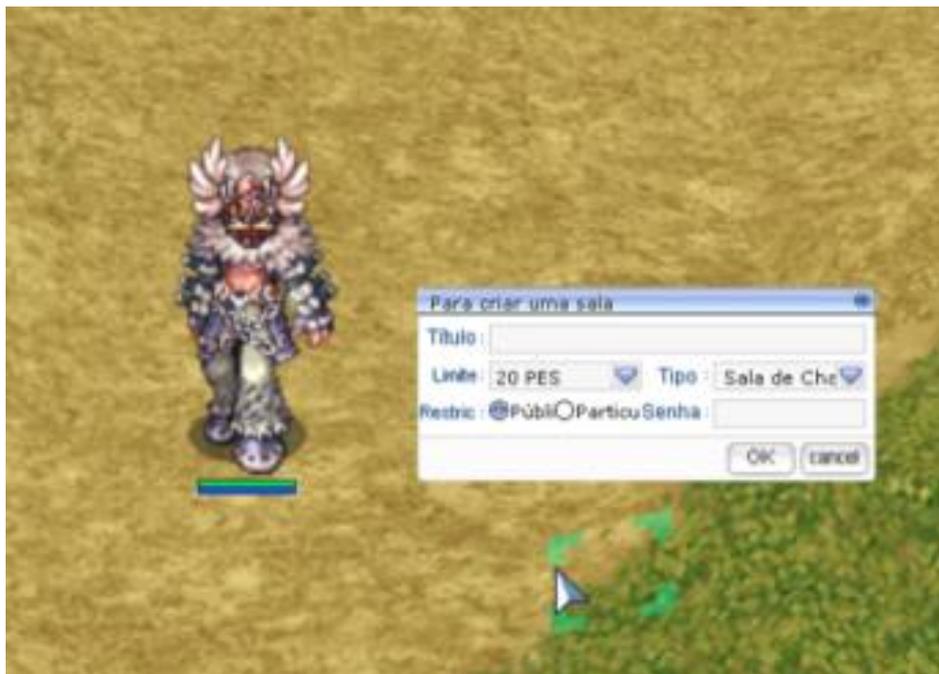


Figura 129 - Janela de criação de chat

No *menu* superior esquerdo da interface, estão informações gerais sobre o personagem, como o nome, níveis, profissão (classe), os *health points* (pontos de vida) e *skill points* (pontos de habilidade), que representam em números, a quantidade de vida do personagem e a quantidade de pontos necessários para o uso de habilidades próprias de cada classe (quando os *health points* chegam a zero, o personagem desmaia, no caso dos *skill points*, o jogador não poderá utilizar nenhuma habilidade de classe), o peso que está sendo carregado pelo personagem e o número de *zenys*, moeda corrente no mundo do jogo.

O *mapa-mundi* de *BRO* pode ser acessado através da interface do jogo, que mostra os locais que podem ser visitados pelos jogadores. De acordo com a narrativa do jogo, o mundo de *Brasil Ragnarök Online* é dividido basicamente por três reinos (figura 130): Reino de *Rune-Midgard*, monarquia governada pelo *Rei Tristam III*, composta por inúmeras cidades, dentre elas *Prontera*, a capital mais populosa de *Rune-Midgard*; a *República de Schwartzwald*, comandada pelo Presidente *Karl Weierstrass* e pela *Corporação Rekenber*; o *Sacro-Império de Arunafeltz*, teocracia matriarcal comandada por uma papisa considerada a encarnação da Deusa *Freyja*. Além dos três continentes, existem no mapa algumas ilhas-nação separadas dos continentes principais e *Ash Vacuum*, um mundo existente em outra dimensão, acessado por uma fenda mágica aberta no *Deserto de Sograt*

(BROWIKI.ORG).



Figura 130 - Mapa-mundi de Ragnarök Online

Fonte: <http://1.bp.blogspot.com/->

[Weu3ExLMkgw/UYbag1OwhvI/AAAAAAAAACJI/M63nYgIe1P8/s1600/untitled.png](http://1.bp.blogspot.com/-Weu3ExLMkgw/UYbag1OwhvI/AAAAAAAAACJI/M63nYgIe1P8/s1600/untitled.png)

Pode-se dividir os espaços no jogo entre cidades, locais externos, *dungeons* (englobando aqui calabouços, cavernas, castelos, etc.) e ambientes *Player VS. Player*. As cidades são locais no qual o jogador pode comercializar itens através da classe mercador ou em lojas programadas para realizar venda e compra de itens, realizar missões para mudar de profissão, salvar ponto de retorno (caso o personagem do jogador seja abatido, pode retornar em uma cidade) e, principalmente, são locais, com algumas exceções, seguros para os jogadores, ou seja, não há monstros selvagens vagando no interior das cidades.

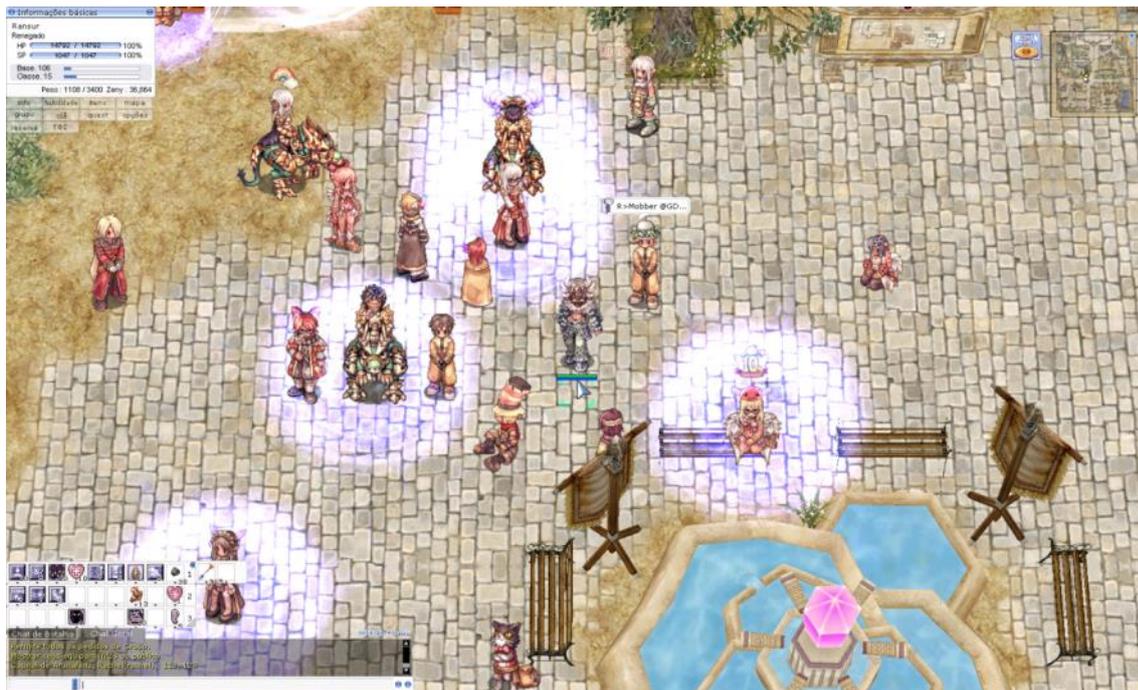


Figura 131 - Centro de Rachel, capital de Arunafeltz

Os locais externos podem ser florestas, planícies, áreas montanhosas, litorais, desertos, entre outros, com grande riqueza de detalhes (figura 132). São locais que, na maioria dos casos, é possível encontrar monstros (selvagens ou não) que os jogadores podem travar batalhas para conseguir itens. Quando um jogador derrota um monstro, há a possibilidade da criatura derrubar artefatos que podem ser utilizados pelo jogador ou vendidos na cidade em troca de *zenys*. *Dungeons* são locais específicos no qual jogadores se reúnem para explorar, caçar monstros, realizar missões ou conseguir itens específicos (ver figura 133). É comum ser um local fechado e haver monstros selvagens mais poderosos habitando as *dungeons*, o que torna a sobrevivência do personagem do jogador mais difícil do que em locais externos. É comum em *BRO* a organização de grandes grupos de jogadores para explorar esses locais.

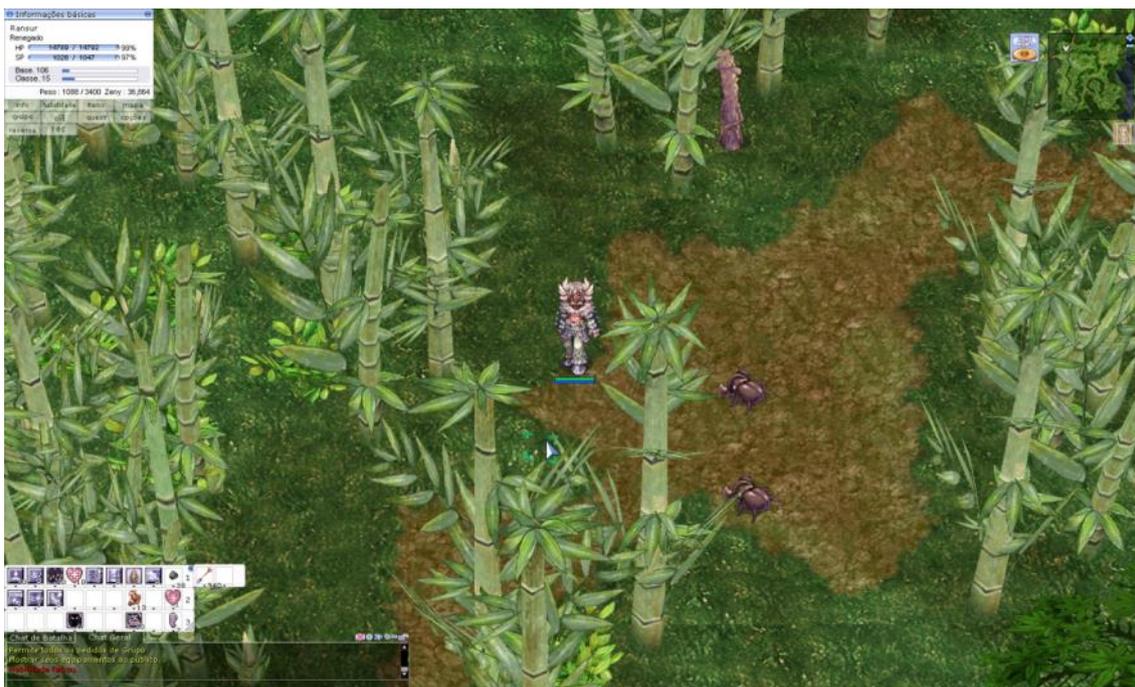


Figura 132 - Floresta de Payon

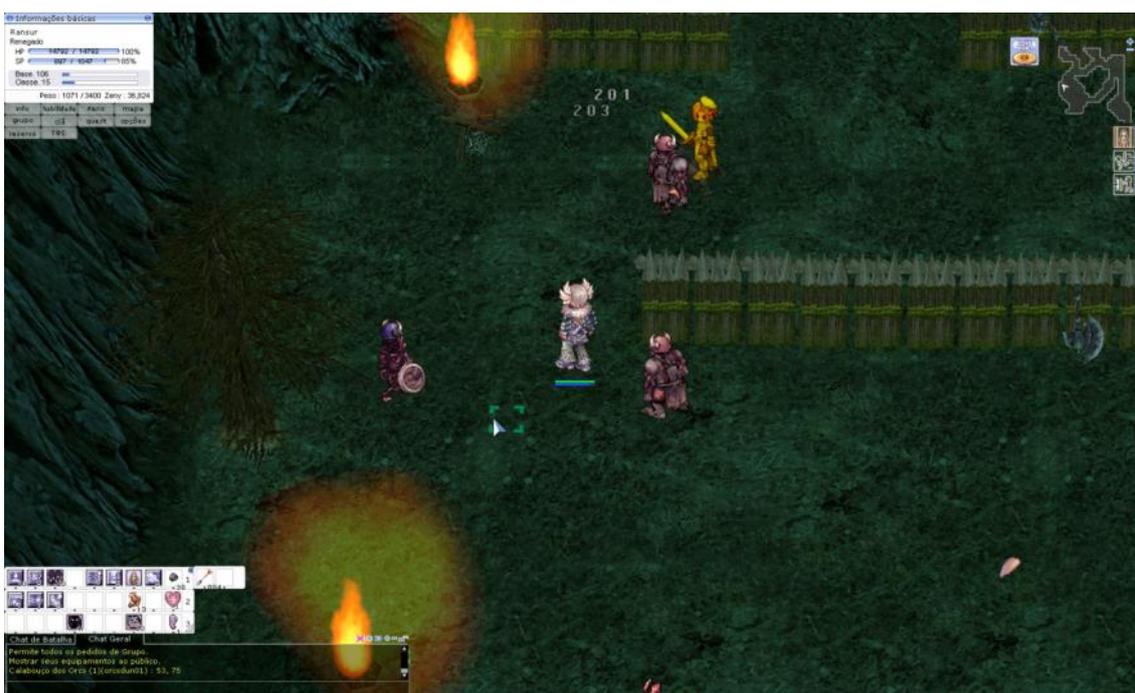


Figura 133 - Dungeon Calabouço dos Orcs

Os ambientes *PVP* (*player vs player*), como o nome sugere, são locais em que há a permissão para atacar outros jogadores. Em *Brasil Ragnarök Online*, há locais específicos para a luta entre jogadores, como nas arenas *PVP*¹¹⁵, nas arenas dos príncipes de *Maroll*, onde são disputadas as batalhas campais e nos castelos onde ocorrem, em períodos específicos, uma guerra entre jogadores intitulada *Guerra do Emperium*.

¹¹⁵ Acrônimo para “*Player versus Player*”, que representa a disputa de força entre personagens de jogadores.

O jogo possui uma ampla riqueza geográfica em seu mundo virtual, com grande diversidade de vegetações e paisagens, estruturas que fazem referência a diferentes estilos arquitetônicos, cidades organizadas com lojas, bares, mercados, corporações, etc. e grande quantidade de ambientes a serem explorados, cada um com inúmeros efeitos de sonorização de fundo e trilhas sonoras que dão maior vivacidade à experiência de jogo¹¹⁶. Apesar dos personagens e criaturas serem representadas em desenhos de duas dimensões que lembram os *animes*¹¹⁷ e *mangás*¹¹⁸ japoneses (o que pode ser até óbvio já que a própria história do jogo se baseia em um *mangá*), o mundo é todo arquitetado em três dimensões com texturas diversas e profundidade.

Em *BRO*, existe um sistema de níveis e balanceamento, regido por cálculos matemáticos e programação, que possibilitam ao jogador evoluir seu personagem. Quando se cria um personagem, ele inicia como *aprendiz* no nível 1/1, que significa nível 1 de base (é efetivamente o nível do personagem) e nível 1 de classe (nível da profissão). Ou seja, à medida que o jogador executa missões ou caça monstros, o personagem acumula *pontos de experiência* (*experience points - XP*) que, ao serem coletados em determinada quantidade, a personagem alcança outro nível e a cada nível alcançado, mais pontos de experiência são necessários para chegar ao próximo.

Para ficar mais forte, o jogador deve aumentar o nível base do personagem para ganhar pontos de atributos que aumentam a força, destreza, inteligência etc. (ver figura 134) e aumentar o nível de classe para mudar de profissão. Se o processo for realizado corretamente, o personagem poderá chegar até o nível 150 (nível máximo), entretanto, necessita de muito tempo de dedicação.

¹¹⁶ Para ter acesso aos efeitos sonoros e trilhas do jogo, o usuário pode acessar a pasta na qual o jogo foi instalado e visualizar executar os arquivos de áudio existentes na pasta “BGM”.

¹¹⁷ Como são conhecidos os desenhos animados japoneses ou não necessariamente da região, mas que possuem traçados característicos.

¹¹⁸ Palavra designada para se referir aos desenhos em quadrinhos japoneses.



Figura 134 - Janela de atributos do personagem

A realização de *quests* em *BRO* está geralmente relacionada a recompensas em experiência para o personagem, itens ou equipamentos, acesso a determinados locais, eventos promocionais ou como pré-requisitos para outras *quests*. As primeiras missões a serem realizadas pelos jogadores iniciantes são as *quests* do *Grupo Éden*¹¹⁹, que fornecem experiência e equipamentos para auxiliar novatos (ver figura 135).

¹¹⁹ Espécie de organização controlada por *NPCS* que auxilia jogadores oferecendo missões como recompensa a partir de sua conclusão.

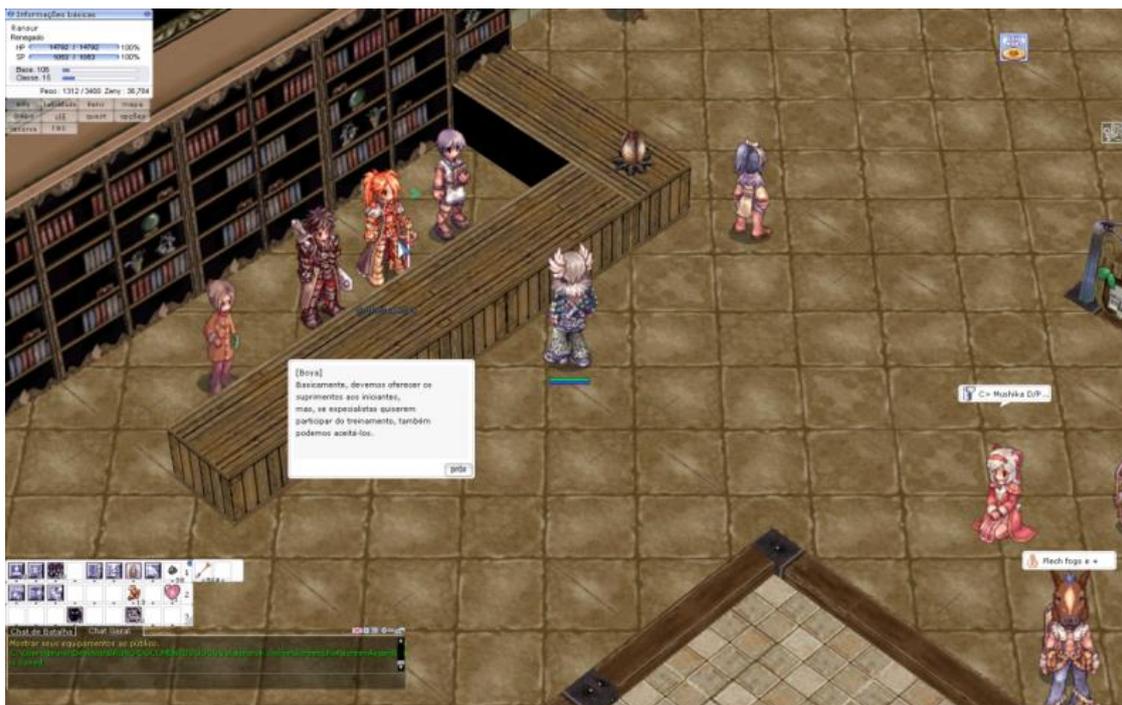


Figura 135 - Sala de *quests* do Grupo Éden

Assim como também encontrado por Souza (2010), a coleta de artefatos pode ocorrer de diferentes maneiras, através dos monstros que derrubam quando derrotados (cada tipo de item tem uma porcentagem de chance de cair dos monstros e itens raros podem demorar horas ou dias para aparecer); nos processos de negociação com *NPCs* ou com outros jogadores; através de *quests* ou ainda, através da compra de *Ragnarök Online Points (ROPS)*, uma moeda virtual que pode ser comprada por Reais (R\$) através do site oficial (ver o endereço eletrônico <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/suporte/produtos>).

A caçada de monstros e *MVPs* em *BRO* é uma prática recorrente no jogo. O acúmulo de experiência, a realização de algumas *quests* e a coleta de artefatos está diretamente relacionada com a caçada das criaturas (figura 136). O jogo possui um sistema complexo que rege o alcance de mais pontos de experiência para os jogadores que cumprem esses pré-requisitos.

Há alguns anos, um jogador de nível 5 de base poderia ter auxílio de outro personagem com nível 80 de base para derrotar monstros poderosos e ganhar mais experiência. Entretanto, a partir de uma atualização recente em *BRO*, para que se obtenha mais *XP*, o personagem do jogador deve estar em uma faixa de 15 níveis para mais ou para menos em relação ao nível do monstro a ser derrotado e quanto mais próximo for o nível do personagem em relação ao da criatura, mais *XP* pode ser acumulada. Para que fique claro, se um monstro possui nível 30, só valerá a pena derrotar aquele se o personagem estiver entre os níveis 15 e 45, sendo o ápice de *XP* entre os níveis 25 a 35.

Outro detalhe importante é que esse sistema estimula a criação de grupos, pois, quanto mais jogadores estiverem em um grupo caçando monstros, maior a quantidade de *XP* acumulada, tratando-se de um exemplo claro de como o sistema e as regras do jogo estimulam a interação entre jogadores, como sugeriu Yee (2006) acerca dos *MMORPGs*. É interessante observar que os jogadores buscam formar grupos balanceados que possibilitam maior eficiência na caçada. É muito comum a formação de grupos com personagens que derrotam maior quantidade de monstros em menos tempo e personagens conhecidos como “suporte”, que recuperam os pontos de vida e aumentam temporariamente os atributos dos personagens que estão lutando contra as criaturas. Ao analisar outros jogos *MMORPG*, como *WoW*, Ducheneaut e Moore (2005), Johnson e outros (2009) e Ang e Zaphiris (2011) apontam que o balanceamento dos personagens, suas limitações, habilidades e o nível são fatores determinantes na formação de grupos. Isso também ocorre em *BRO*.



Figura 136 - Caçando monstros

Obs: Monstros, assim como jogadores, possuem pontos de vida. A cada ataque na criatura, um valor numérico surge rapidamente na tela informando a quantidade de vida que o monstro perdeu, quando a vida chega a “0”, o monstro é abatido. O mesmo processo vale para o personagem do jogador.

A busca por uma formação que consiga acumular experiência mais rapidamente acaba por excluir alguns jogadores dos grupos. Muitas vezes, os grupos de jogadores buscam personagens que derrotam monstros com apenas um ataque (conhecidos como *one hit* ou *OH*), o que, de antemão, exclui personagens que não são *OH* dos grupos. Pode ocorrer de um jogador enganar os outros jogadores fingindo ser *one hit*, e quando descoberto, tem grande chance de ser expulso do grupo. Outra forma bastante comum de um jogador ser expulso é

devido à prática do “corpo mole”, ou seja, quando finge estar caçando os monstros e na realidade só está passeando pelo mapa.

Quando um grupo é formado, normalmente os personagens de suporte ficam parados em um local determinado enquanto os *killers* (jogadores que derrotam os monstros) se espalham pelo mapa caçando. Os pontos de experiência são distribuídos de forma igual e automática entre os jogadores no grupo quando a opção “dividir *XP* igualmente” é ativada no momento da criação do grupo.

No caso dos monstros chefes, muito mais poderosos que os monstros comuns, faz-se necessário um trabalho complexo de pesquisa, de organização e de participação de muitos jogadores para vencê-lo. Por padrão, quando jogadores abatem os monstros, outra unidade surge automaticamente em outro ponto aleatório do mapa, apenas alguns monstros específicos demoram minutos ou horas para aparecer novamente. Os *MVPs* podem demorar muitas horas para aparecer, outros somente surgem em locais específicos ou mediante a realização de *quests*.

Em relação aos agrupamentos, há dois tipos principais possíveis, a *party (PT)* e os clãs, conhecidos como *guilds*. As *parties* são grupos de, no mínimo, dois jogadores e no máximo 12. O jogador que cria o grupo é definido automaticamente como *líder*, o que lhe permite convidar e expulsar jogadores do grupo ou até delegar sua posição para outro jogador. Esse tipo de grupo tem baixa complexidade de organização, com poucas opções de modificação - é possível definir a divisão de experiência e de itens no grupo. O que pode se tornar mais complexa é a organização de ação dos jogadores (baseada no balanceamento do grupo e estratégias de batalha).



Figura 137 - Formação de grupos de jogadores

Já as *guilds* são organizações de jogadores com uma estrutura muito mais complexa do que as *parties*, suportando até 60 participantes com a possibilidade de criar alianças que formam uma rede de centenas de jogadores. As *guilds* têm caráter mais institucional no jogo e comumente são criadas visando a objetivos comuns para além do simples agrupamento para ganhar níveis. Alguns clãs visam à socialização mais duradoura entre jogadores, apoio mútuo, status e poder ou simplesmente formar um grupo maior e mais frequente de parceiros de jogo.

As *guilds* são identificadas através de um nome e símbolos que aparecem rente ao personagem quando se passa o ícone do mouse nele. Quando um jogador faz parte de um clã, ao utilizar o comando no teclado “*alt + G*”, abre uma janela com as informações do mesmo, podendo verificar a quantidade de jogadores que fazem parte da organização, quantos estão on-line no jogo e habilidades do clã, que servem para melhorar diversos atributos do mesmo ou auxiliar durante uma batalha.

O clã possui um sistema de hierarquia que é dividido em *líder*, fundador do clã que tem poder para recrutar e remover jogadores e configurar as funções da *guild* e de cada jogador; os *sublíderes*, que possuem a capacidade de recrutar outros jogadores e geralmente são homens de confiança do *líder*; membros comuns, que têm possibilidades bastante restritas no clã (DEBEAUVAIS; NARDI, 2010).

As atividades das *guilds* estão voltadas basicamente ao apoio mútuo entre os jogadores (auxílio no ganho de pontos de experiência, coleta de itens, caçadas etc., alguns até oferecem salário aos membros pela participação nas atividades), derrotar outros jogadores em salas de

PVP e em disputas contra outros clãs (figura 138) com o intuito de conseguir territórios e recursos (como no evento semanal “*Guerra do Emperium*”, em que inúmeras *guilds* travam disputas de força e estratégia de batalha para conseguir castelos, territórios que dão acesso a calabouços com monstros poderosos e tesouros raros) ou evidenciar a superioridade de uns sobre os outros, conseguindo status no mundo do jogo. Quanto mais alianças, recursos, jogadores e castelos um clã possui, maior é sua reputação perante outros jogadores. Quando um clã conquista um castelo, seu emblema é exposto em algumas cidades (figura 139).



Figura 138 - Exemplo de batalha entre clãs em BRO

Fonte: http://horasperdidas.mmotales.com.br/wp-content/uploads/2012/05/feriado_005.jpg



Figura 139 - Bandeiras com emblemas de *guilds* no centro de *Prontera*

A ferramenta mais simples de interação entre os jogadores é o *chat* textual. Quando um jogador seleciona a opção “*todos*” na janela inferior à esquerda e digita um texto, uma

pequena caixa de texto surge acima do personagem com o texto digitado, e os jogadores próximos podem ler o que foi escrito (figura 140). Ao selecionar as opções “grupo”, apenas quem está no grupo poderá visualizar a mensagem e assim funciona para os diálogos com jogadores de uma mesma *guild*.



Figura 140 - Exemplo de diálogo através do *chat* geral

Os jogadores mais experientes também utilizam uma linguagem com termos específicos relativos ao mundo do jogo, algo que os jogadores novatos necessitam aprender para facilitar a comunicação em *BRO*. Palavras e abreviações como *tankar*, *mobar*, *dropar*, *helar*, *AB*, *KS*, *buffs*, *GC*, *AFK* etc. são exemplos da complexidade dessa linguagem que inclusive extrapola o ambiente do jogo, comumente utilizados nas redes sociais, fóruns de discussão, blogs e outras ambiências para além do jogo. Alguns desses termos servem para designar uma ação específica (*mobar*, por exemplo, significa reunir uma grande quantidade de monstros ao mesmo tempo para atacá-los de uma só vez), para citar alguma classe do jogo (*kina*, refere-se à classe *cavaleiro*, uma alusão à palavra em inglês “*knight*”), referir-se a monstros (*DL*, por exemplo, significa *Dark Lord*, um *MVP*), ou ainda para referenciar uma habilidade de alguma profissão (*GC* é um acrônimo para aludir a habilidade *Grand Cross* da classe *Paladino*). À medida que os jogadores interagem ou surge novo conteúdo no jogo, os jogadores desenvolvem termos e acrônimos novos, sendo difícil a delimitação da quantidade de expressões e suas categorias.

Através do *chat*, também é possível observar a utilização de símbolos gráficos bem comuns na linguagem da internet, conhecidos como *emoticons*¹²⁰, caracteres utilizados para

¹²⁰ Palavra formada pelos termos em inglês “*emotion*” (emoção) e “*icon*” (ícone) (SOARES, 2013).

representar emoções e expressões faciais (SOARES, 2013). “Alguns exemplos são: “:)” (sorriso), “: (” (triste), “=*” (beijo), “S2” (coração ou amor), entre muitos outros.

Brasil Ragnarök Online possui seus próprios *emoticons*, que podem ser acionados através de atalhos do teclado previamente configurados ou através de comandos executados na janela de chat no canto inferior esquerdo (figura 141). Ao utilizar o comando necessário, o *emoticon* surge acima do personagem do jogador. Para configurar os *emoticons*, o usuário deve utilizar o comando “alt + M” e selecionar os ícones nos atalhos de teclado específicos para esta função (por exemplo, “alt+0”, “alt+ 1”, “alt+2”).



Figura 141 - Emoticons

Fonte: <http://img94.imageshack.us/img94/2299/emotioni.png>

São figuras que sinalizam situações do jogo como “perigo”, “atenção” ou “atacar” e até sentimentos dos jogadores, como raiva, alegria, tristeza etc. É um elemento crucial para a comunicação de maneira célere entre os jogadores, principalmente em momentos de batalha em que não se tem tempo suficiente para digitar o texto. Quando um jogador precisa que recuperem seus pontos de vida, pode utilizar o *emoticon* “HP”, que representa a necessidade de recuperar seus *health points*.

Em *BRO*, a qualidade do personagem está diretamente relacionada ao seu nível, suas habilidades (do personagem de acordo com sua classe), aos seus equipamentos e à distribuição de seus atributos, que deve ser realizada corretamente para potencializar o poder do personagem. Esses aspectos, entretanto, dizem respeito também ao conhecimento e

habilidade do usuário, pois ele quem decide quais atributos colocar, que habilidades usar e quais equipamentos colocar no personagem. Ou seja, um jogador experiente e profundo conhecedor das lógicas do jogo necessita de um personagem poderoso para realizar as inúmeras atividades de *BRO*.

Percebe-se, então, que tanto a experiência de batalhas do personagem é importante quanto à experiência de jogo do usuário. Para observar a qualidade de um jogador, verificam-se seus personagens e suas ações. Quando se percebe que um personagem evoluiu muitos níveis e conseguiu bons equipamentos em um curto período de tempo, logo é de se desconfiar que um jogador experiente esteja por trás do personagem iniciante, assim como é possível observar a inexperiência de um jogador quando se observa um excelente personagem que não consegue grandes feitos. Em suma, muitas habilidades de jogo e uma grande carga de conhecimento são exigidas de um jogador de *Ragnarök*, e isso é diretamente proporcional à quantidade de caçadas, interação com outros jogadores, pesquisa e muitas horas de jogo. Na figura 142 há um esquema gráfico acerca dos elementos que compõem a dupla experiência em *BRO*.

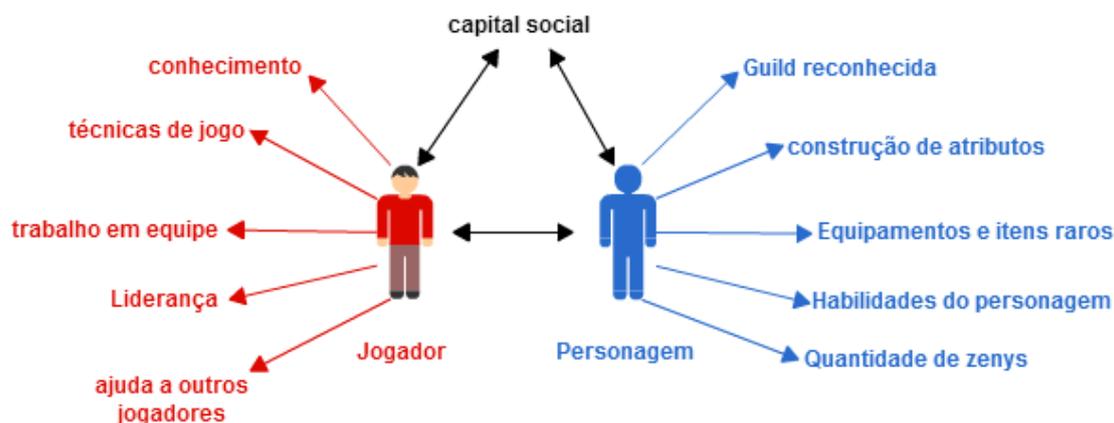


Figura 142 - Dupla experiência em *BRO*

Fonte: Elaborada pelo autor

A rede de negociações em *BRO*, se mostra em um constante fluxo entre o mundo virtual do jogo e outras ambiências on-line. No jogo, a negociação de itens é constante, seja através do sistema de troca entre jogadores (ver figura 143) ou nas pequenas lojas criadas pelos personagens da classe “mercador” e suas evoluções, principalmente alocados na cidade de *Prontera* (ver figura 144). Estas lojas são identificadas por pequenas janelas com um ícone de uma sacola de dinheiro, ao clicar, o jogador poderá ver os itens à venda. Caso haja interesse, basta selecioná-lo e confirmar a compra para o item surgir no inventário e a quantidade exata de *zenys* ser transferida para o vendedor automaticamente.

comunidade na rede social *Facebook*, intitulada “*Servidor Asgard – bRO [Comércio]*”¹²¹, na qual jogadores propõem venda e troca de itens, seja por *zenys* ou por reais (R\$). Um ponto interessante é que os usuários criam identidades visuais para seus anúncios, como se fosse sua própria loja virtual de itens (figura 145).



Figura 145 - Anúncio na página do Facebook "Servidor Asgard - bRO [Comércio]"

Fonte: <https://www.facebook.com/groups/269071269881032/?ref=ts&fref=ts>

A negociação relacionada aos personagens é outra constante entre jogadores de *BRO*. Observou-se a existência de práticas como *Leech* e *Slave*, no qual um usuário paga outro jogador para ajudá-lo a subir de níveis. O *leech* consiste na criação de um grupo no qual o jogador que presta o serviço caça monstros pelo mapa enquanto o usuário que contratou o serviço apenas fica sentado ganhando os pontos de experiência (ver figura 146). Já a contratação do *Slave* (escravo em português) também envolve a ajuda de outro personagem, entretanto, quem contrata o serviço caça os monstros e o *Slave* apenas auxilia com habilidades que aumentam os atributos do outro personagem ou curando-o e, geralmente, o ajudante é um personagem das classes noviço, sacerdote ou arcebispo, do tipo “suporte”.

¹²¹ Para mais informações ver: <https://www.facebook.com/groups/269071269881032/?fref=ts>.

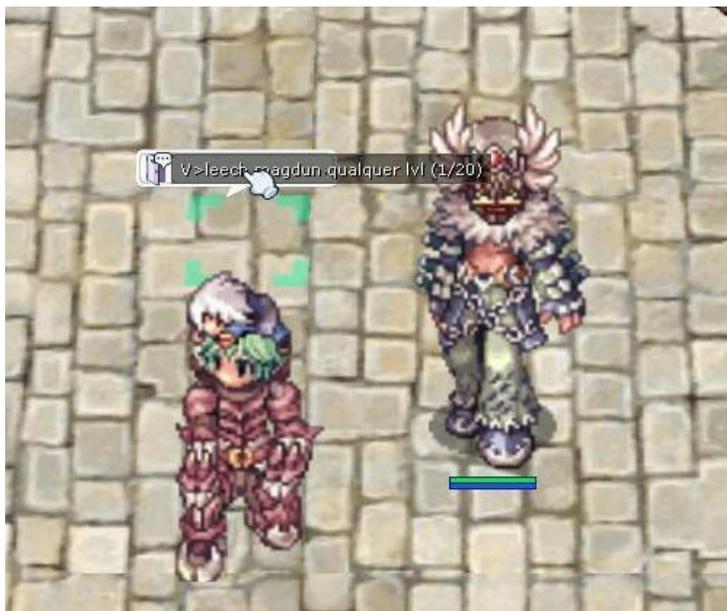


Figura 146 - Jogador oferecendo o serviço de Leech

Há transações envolvendo personagens que também extrapolam o mundo virtual. Uma prática também comum é a venda de contas com personagens poderosos por reais (R\$). Alguns jogadores dedicam-se exclusivamente a adquirir contas de jogo e criar vários personagens e aumentar seus níveis até o máximo possível. Quanto mais personagens e maior o nível, mais caro pode cobrar pela conta de jogo. É importante ressaltar que os *avatares* ofertados para venda devem estar com os atributos e habilidades bem distribuídos para valer um preço mais alto.

Algo que chamou atenção nessas comercializações é a presença de sites específicos para venda de personagens e dinheiro do jogo (*zenys*) por Reais (R\$). Utiliza-se a letra “k” para especificar certa quantidade de *zenys*, por exemplo: milhares de *zenys* são representados por “k” (cem mil = 100k), milhões por “kk” (um milhão = 1kk) e bilhões por “kkk” (um bilhão = 1kkk). O site <http://www.ragnavendas.com/> apresenta um sistema próprio para cadastro de jogadores que desejam comprar e vender *zenys* ou personagens. O site <http://www.dfgames.com.br/> oferece a venda de grandes quantidades de *zenys*, com tabela de preços para a visualização dos valores (ver figura 147).

colorida quando você tiver pontos suficientes para comprar o produto. Basta clicar na logomarca e o produto será adicionado ao seu carrinho com o valor de R\$ 0,00. Para obter mais informações sobre cada produto, passe o mouse em cima da logomarca.

| Produto | Preço | Comprar | Pontos |
|---------------------|---------------------------------------|---------|--------|
| 5.000.000 Zenys | R\$ 4,49 Você ganha: 15 pontos | | |
| 10.000.000 Zenys | R\$ 8,99 Você ganha: 30 pontos | | |
| 20.000.000 Zenys | R\$ 17,49 Você ganha: 59 pontos | | |
| 50.000.000 Zenys | R\$ 42,99 Você ganha: 146 pontos | | |
| 100.000.000 Zenys | R\$ 84,99 Você ganha: 288 pontos | | |
| 200.000.000 Zenys | R\$ 169,99 Você ganha: 576 pontos | | |
| 500.000.000 Zenys | R\$ 420,99 Você ganha: 1424 pontos | | |
| 1.000.000.000 Zenys | R\$ 833,49 Você ganha: 2819 pontos | | |

Like Share 84,624 people like this. Be the first of your friends.

Figura 147 - Tabela de vendas de milhões de zenys

Fonte: <http://www.dfgames.com.br/pt/ragnarokonline/asgard/all/rag-zenys.aspx>

Há também anúncios de venda de *zenys* na comunidade *Servidor Asgard – BRO* [Comércio] do Facebook, como mostrado na figura 148.

Venda de KKS Neshastore

| SERVIDOR | PREÇO | GRANDES QUANTIDADES |
|----------|----------|----------------------------------|
| @THOR | R\$ 0,35 | + de 1b R\$ 0,33 |
| @ASGARD | R\$ 0,85 | + de R\$ 100,00 (1kk = R\$ 0,80) |
| @ODIN | R\$ 1,00 | |

| TROÇO (R\$) | QUANT. KKS |
|-------------|------------|
| 1kk Asgard | 2,5kk Thor |

Trocas

Promoções Fixas

05% de bonus em kks na sua primeira compra

05% de prêmio em kks na indicação de 1 amigo
Exemplo: 1k compra 200k, você ganha 10k

Cubo ofertas desde que sejam reais e de vendedores confiáveis.
Bonus e descontos totalmente negociáveis para compras maiores!
Vendo personagens & itens!

[Curtir](#) [Comentar](#)

Figura 148 - Oferta de zenys para todos os servidores de BRO

Fonte: <https://www.facebook.com/groups/269071269881032/?ref=ts&fref=ts>

Observou-se que a facilidade de comercialização desenfreada de itens, personagens e *zenys* estão diretamente relacionadas ao uso de *BOTs*, um pequeno *software* que, no contexto do jogo, permite simular ações de jogadores no controle de personagens. Em outras palavras, o personagem que deveria ser controlado por um jogador é, na verdade, movido por códigos de programação que tentam, ao máximo, imitar os movimentos de um usuário.

A presença de *BOTs* é constante no servidor *Asgard* e geralmente os jogadores utilizam para deixar um personagem caçando monstros de maneira pré-programada durante horas ou dias, com o intuito de reunir maior quantidade de *zenys* possível, itens raros ou aumentar os níveis do personagem. A princípio, a utilização dos *BOTs* seria uma prática ilegal dentro dos servidores de *BRO*, entretanto, o que se observa é certo descaso da empresa distribuidora em relação à prática e um processo de denúncia demasiadamente burocrático que impede a punição severa e maior controle dessa prática a *priori* ilegal. Nos últimos meses, muitos jogadores receberam punições ou tiveram suas contas excluídas pelo uso de *BOTs*, entretanto, ainda é possível observar inúmeros personagens dessa categoria andando por *Rune-Midgard*.

Existem inúmeros *web sites* que comercializam o resultado de grandes períodos de utilização de *BOTs* (vendendo personagens em altos níveis, itens e *zenys*) e outros vendem o próprio *software* que simula a ação do jogador, como é possível observar no endereço eletrônico <http://vendasragna.webnode.com.br/>.

De fato, há uma infestação de *BOTs* no servidor, em áreas específicas no qual se pode obter itens raros ou grande quantidade de *zenys*. Percebe-se que há um estereótipo do *BOT*, são quase sempre da classe “Desordeiro” ou “Renegado” e, na maioria dos casos, estão com a aura do nível máximo, já que ficam grande período de tempo caçando monstros e acumulando pontos de experiência (figura 149).

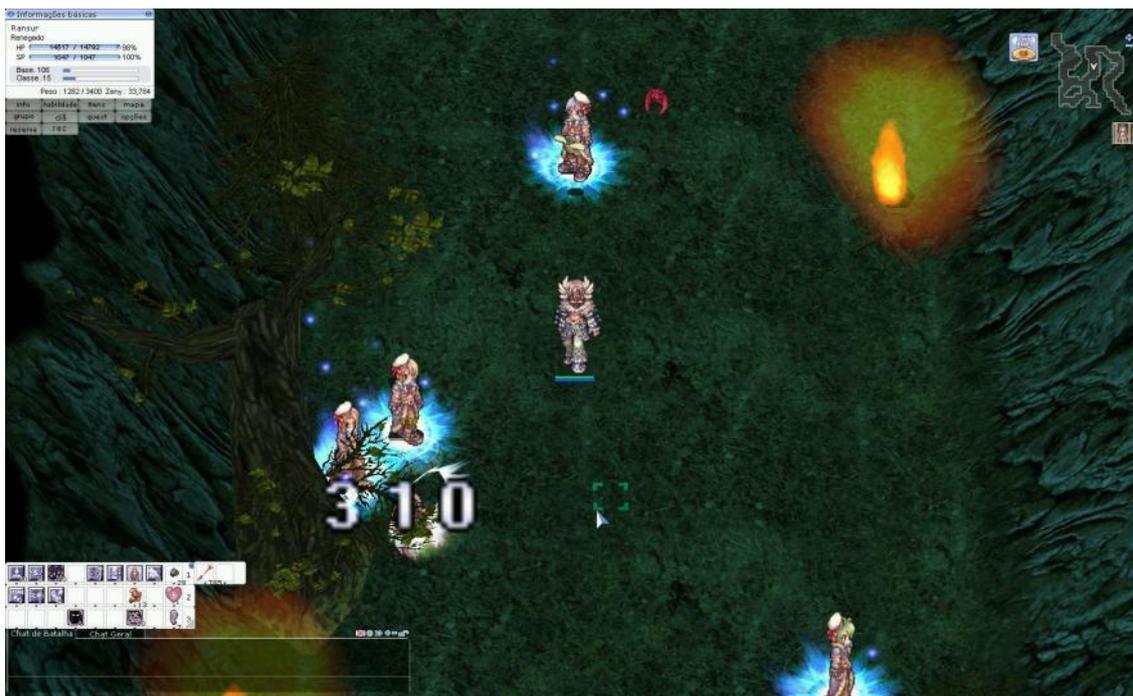


Figura 149 - BOTs no Calabouço dos Orcs

O site oficial de *Brasil Ragnarök Online* apresenta conteúdo relacionado às atualizações no *game* que não estão presentes nele, banco de dados sobre monstros, itens e equipamentos (ver figura 150) além de informações básicas para iniciantes e links para outros sites que constroem conteúdos para *BRO*, como o fórum Necrópole Comercial¹²² e a auto intitulada enciclopédia brasileira de *RO*, *BROWIKI*¹²³. Ambos seguem a lógica de uma construção colaborativa de conteúdo sobre o jogo, apresentando um acervo imenso de informações sobre o mesmo, com informações sobre os personagens, melhores itens e atributos para cada classe, locais para conseguir bons itens e pontos de experiência, entre muitas outras informações, todas produzidas por administradores e usuários.

¹²² Para mais informações, ver <http://www.necropolecomercial.com/site/>.

¹²³ <http://browiki.org>.

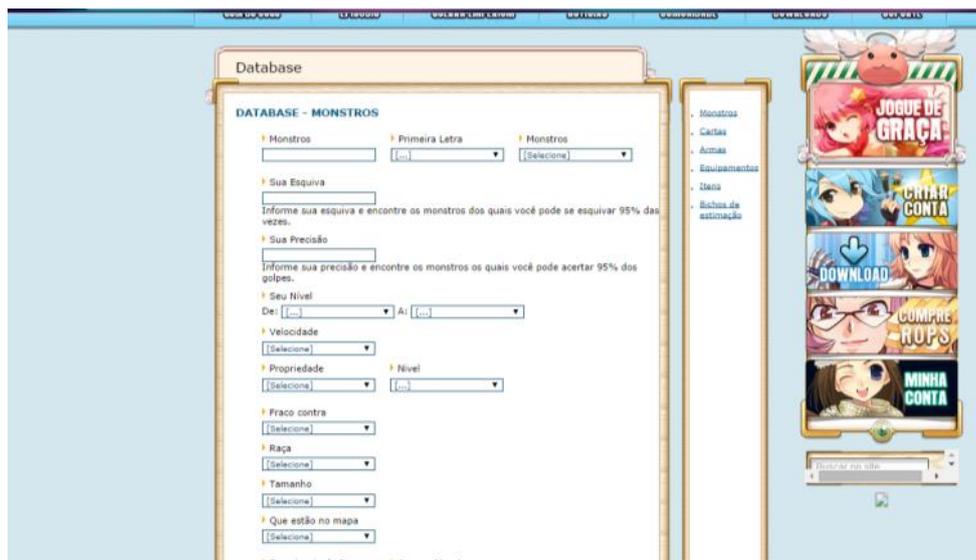


Figura 150 - Database oficial de BRO

Fonte: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/guia-do-jogo/database/bem-vindo>

Há outros *sites* conhecidos como *databases*¹²⁴, espécies de banco de dados com inúmeras informações sobre o jogo. Jogadores comumente utilizam esses acervos para facilitar sua caçada ou coleta de itens. No caso das caçadas, os databases auxiliam os jogadores com informações sobre o tipo de monstro, local do mapa onde habita, qual elemento mágico ou equipamento com maior eficiência contra determinada criatura, fraquezas, poderes e outros. Esses databases são de suma importância principalmente em batalhas contra *MVPs*, que necessitam de grande estratégia de batalha e conhecimento específico de suas características para tornar a luta mais fácil.

Outras ferramentas igualmente importantes para a experiência de jogo são os tutoriais e vídeotutoriais para realização de *quests*, que em muitos casos, são criados pelos próprios jogadores (ver exemplo na figura 151).

¹²⁴ Para mais informações ver <http://ratemyserver.net/>, <http://www.ragdata.com/> e <http://www.roempire.com/>.

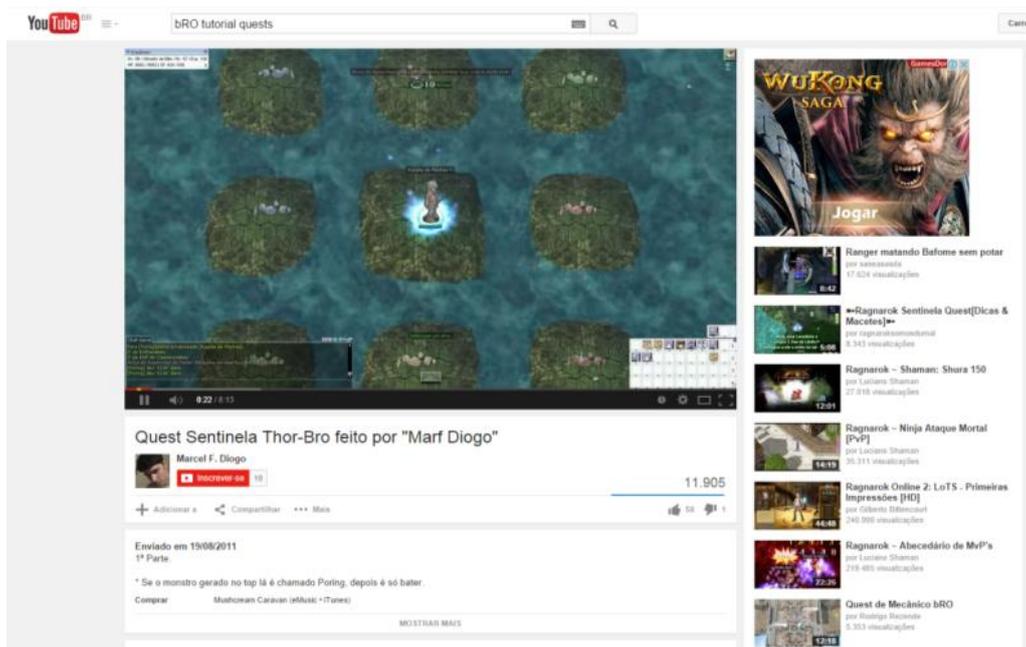


Figura 151 - Tutorial para a realização da quest da classe Sentinela

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=6mzcVw9oobo>

Em *BRO*, há uma preocupação latente dos jogadores em construírem personagens poderosos o suficiente para dar conta das guerras e disputas *PVP* ou batalhas contra *MVPs*. Quando se evolui o personagem, automaticamente, o jogador ganha pontos de atributos de ação para serem distribuídos de modo que o *avatar* seja bem balanceado de acordo com sua classe. Existem vários tipos de distribuição desses atributos, específicas para cada atividade do jogador. Essas construções exatas para cada atividade são conhecidas como *builds* e existem inúmeras para cada atividade, sendo que cada personagem possui as suas. Para exemplificar, existem para a classe “Renegado” a *build* de *PVP*, *build* de *MVP*, *build* de caçada a monstros normais, *build* de Guerra. Para cada atividade, existe uma distribuição de atributos específica que gera um melhor desempenho para o jogador.

Finalmente, como a construção de *builds* cada vez melhores para os personagens, é uma preocupação latente, inúmeros *sites* possuem conteúdos próprios relacionados à discussão e à construção de *builds*. No *site* <http://calc.irowiki.org/> existe uma calculadora de atributos, que pode ser utilizada para realizar diversos testes de *builds* antes do jogador escolher os que de fato vão compor a *build* de seu personagem. Também são inúmeros os tópicos em fóruns a respeito das *builds* (ver figura 152).



Figura 152 - Tópico de discussão acerca de *builds* para a classe *Arcebispo*

Fonte: <http://sites.levelupgames.uol.com.br/forum/ragnarok/showthread.php?142610-Guia-Arcebispos-Exorcistas-by-Aarchie>

Acessando *Brasilis*: passos iniciais

Uma vez que o usuário está imerso no mundo virtual de *BRO*, como se sabe, é possível navegar pelo mundo virtual do jogo e acessar as cidades existentes naquele espaço. Cada local tem sua forma específica de permitir o acesso do jogador. Pode-se adentrar em localidades através de *quests*, por meio do pagamento de taxas em *zenys* para viajar ao local (utilizando barcos, *zepelins* e portais), também se pode utilizar a habilidade “portal¹²⁵” da classe “Noviço” ou ainda simplesmente “andando a pé”, atravessando pequenos portais que separam um local de outro no mapa (figura 153). Esses pequenos portais estão presentes em inúmeros locais no continente.

¹²⁵ Essa habilidade permite ao jogador se teletransportar para algum local já visitado anteriormente pelo custo de uma gema azul.



Figura 153 - Portais para acessar outros locais

No caso de *Brasilis*, o acesso se dá através da cidade portuária *Alberta*, sendo necessário pagar 10.000 *zenys* (10k) para o barqueiro localizado no porto da mesma (figura 154). Ao efetuar a transação, o jogador é direcionado automaticamente para o porto de *Brasilis*, localizado na beira da praia da cidade, próximo ao *calçadão de kotakahuana*.

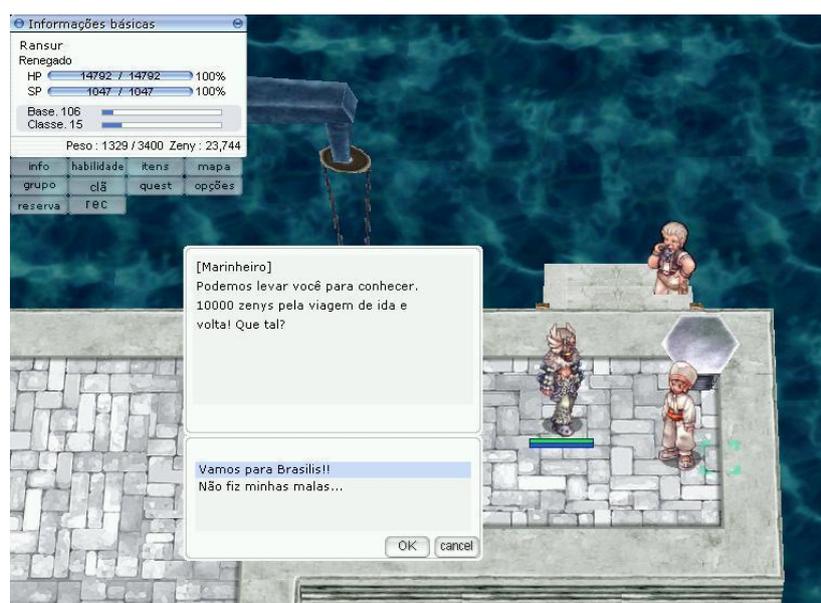


Figura 154 - Barqueiro em *Alberta*

A cidade se apresenta com uma área central semelhante a uma praça arborizada, com uma área predominantemente verde com diferentes passagens que estão interligadas com outras áreas da cidade, como o calçadão e a praia, áreas urbanas (à esquerda e à direita da cidade, com inúmeras casas), *MAB*, Catedral de *Brasilis*, Teleférico, lojas de ferramentas e armas, estalagem, pousada e restaurante. Na figura 155 pode-se observar o mapa da cidade de *Brasilis*. Os pontos marcados no mapa referem-se a localidades importantes ao jogador, como loja de itens e equipamentos, loja de comidas, portais ou armazém de itens.



Figura 155 - Mapa de *Brasilis*
 Fonte: <http://browiki.org/wiki/Brasilis>

O MASP, por exemplo, é uma das referências à cidade de São Paulo em *Brasilis*, representada através do MAB. Além da modelagem tridimensional¹²⁶ da parte externa ser fidedigna ao prédio físico do Museu de Arte, na parte interna estão presentes representações de esculturas e pinturas que fazem parte do acervo do Museu, como a obra “A estudante” de Anita Malfatti¹²⁷ (figura 156). Além do MAB, há também o “Monumento às Expedições” (figura 157), que representa o Monumento às Bandeiras localizado no Parque do Ibirapuera em São Paulo. Na narrativa do jogo, o monumento foi construído em homenagem as diversas etnias “[...] que ajudaram a desbravar e construir *Brasilis*”, criada toda em granito por “Victor Brechó”.



Figura 156 - Quadro "A estudante" na parte interna do MAB

¹²⁶ Processo que torna possível criar a representação em três dimensões de algo (objeto ou seres vivos), no caso de *games*, a partir de *softwares* de computação gráfica que modelam a partir de cálculos matemáticos e intervenção do usuário. Ao objeto representado nomeia-se modelo tridimensional. Para mais informações sobre o processo, ver: <https://www.youtube.com/watch?v=Kt9iSXvAhK8>.

¹²⁷ Para mais informações sobre o acervo do Museu, ver: http://masp.art.br/masp2010/acervo_busca_tipo.php.



Figura 157 - Monumento às Expedições no centro de *Brasília*

ANEXO A

Lenda do Curupira¹²⁸

Figura muito temida por todos os caboclos da região Amazônica, é o guardião da floresta, protetor da fauna e da flora. É um menino de cor e possui os pés virados para trás e o corpo de pêlos.

O Curupira castiga severamente os caçadores e predadores da floresta; principalmente aqueles que caçam por esporte e não por necessidade de subsistência. Um dos seus mais conhecidos castigos aplicados aos homens é fazê-los se perder na floresta sem conseguir encontrar o caminho de volta para casa.

O Curupira pode se apresentar em forma de qualquer animal e o caçador dificilmente consegue acertar-lhe um tiro. Desaparece, misteriosamente sem que a pessoa possa explicar seu paradeiro.

¹²⁸ O conteúdo relativo às lendas amazônicas citadas no corpo do trabalho e inseridas nos *anexos A, B, C, D, E, F e G* são partes constituintes da Tese de Doutorado de Maria do Carmo Pereira Coelho (2003), intitulada “As narrações da Cultura Indígena da Amazônia: Lendas e Histórias” e elaboradas pela historiadora Ângela Maria Minharro Ruli.

ANEXO B

Lenda da Mula-Sem-Cabeça

Tradição trazida pelos colonizadores portugueses espanhóis. Não há no Brasil uma só região que não conheça suas assustadoras histórias.

A mula-sem-cabeça trata-se de uma mulher que, por castigo, se transforma em um animal nas noites de lua cheia, às sextas-feiras e, principalmente, na Sexta-feira santa.

Para muitos, esta mulher foi castigada por ser a mulher do padre. Transformando-se em uma assombração pavorosa, pois apesar de não ter cabeça, ela relincha como um animal e soluça como uma criatura humana.

Dizem, também, que solta fogo pelas narinas e pela boca. E, para desencantá-la, será preciso que alguém tenha coragem suficiente para retirar o freio de ferro que possui em sua boca. Se o freio for retirado, ela perderá o encanto e ganhará a sua forma de mulher novamente, mas ainda não apareceu ninguém com coragem o bastante para executar tal proeza. E a mula-sem-cabeça continua a correr velozmente pelo mundo afora.

A mula também poderá perder o seu encanto se o padre a amaldiçoar sete vezes antes de rezar a missa, mas terá que fazê-lo com muita sinceridade, pois se não o fizer deste modo, a hóstia poderá sumir de suas mãos na hora que a estiver consagrando.

Este animal é extremamente violento, pois anda sempre a galope e por onde passa deixa tudo destruído com a violência de suas patas.

A mula-sem-cabeça é uma figura cheia de mistério que permanece viva no folclore de todas as regiões brasileiras.

ANEXO C

Lenda da Iara

A Iara sofreu muita influência das estórias narradas pelos europeus, principalmente os portugueses, colonizadores do Brasil.

Para explicar a origem da Iara nas águas Amazônicas os índios contavam uma lenda muito interessante.

Semelhante a sereia de origem européia, a Iara é uma mulher muito bonita e atraente, de cabelos loiros e compridos, olhos verdes e faces bem rosadas. Possui a metade do corpo de mulher e a outra metade de peixe. Tem o poder de encantar os homens com sua beleza e com seu canto maravilhoso, pois possui uma voz suave e harmoniosa.

Habitante dos rios e lagos da Amazônia onde no fundo destes possui um lindo castelo, a Iara consegue enfeitiçar os homens que a vêem a ponto deles se atirarem nas águas para viver com ela no fundo dos rios.

ANEXO D

Lenda do Boitatá

Boitatá é uma cobra de fogo, que aparece nos campos, iluminando a noite.

Possui os olhos grandes e furados e sua figura assusta animais e pessoas.

Quando ele aparece ilumina os campos com sua própria luz. Acredita-se até, que na hora que ele morre, libera toda a luz que possui e esta é levada pelo vento espalhando-se pelas regiões habitadas por ele.

É o protetor dos campos contra os incêndios.

É um ser muito temido pois às vezes também aparece como um fantasma branco e transparente e que o torna ainda mais assustador, tanto para os animais como para as pessoas.

ANEXO E

Lenda da Vitória-Régia

Existe uma lenda muito curiosa para explicar a origem desta bela flor chamada Vitória - Régia, que recebeu este nome em homenagem à rainha Vitória da Inglaterra.

Diz a lenda que em uma tribo indígena da Amazônia, há muitos anos, vivia uma bela índia chamada Naiá. Ela acreditava que a lua escolhia as moças mais bonitas e as transformava em estrelas que brilharia para sempre no firmamento. A índia Naiá também desejava ser escolhida pela lua para ser transformada em uma estrela.

Todas as noites ela saía de sua oca a fim de ser vista pela lua, mas, para a sua tristeza, a lua não a chamava para junto de si. Naiá já não dormia mais, passava as noites andando na beira do lago tentando despertar a atenção da lua.

Em uma noite, a índia viu nas águas límpidas de um lago a figura da lua. A pobre moça, imaginando que a lua havia chegado para buscá-la, se atirou nas águas profundas do lago e morreu afogada.

A lua comovida diante do sacrifício da bela jovem resolveu transformá-la em uma estrela, mas em uma estrela diferente daquelas que brilham no céu; transformou-se em uma delicada flor: a VITÓRIA-RÉGIA.

Curiosamente, as flores desta planta só abrem durante a noite. É uma flor de perfume ativo e suas pétalas, ao desabrocharem, são brancas, mas vão se transformando em rosadas quando recebem os primeiros raios do sol.

ANEXO F

Lenda do Boto Cor-De-Rosa

Conta a lenda que o Boto, peixe encontrado nos rios da Amazônia, à noite se transforma em um belo e elegante rapaz, e sai das águas à conquista das moças que, não resistindo a sua beleza e simpatia caem de amores por ele.

O Boto também é considerado protetor das mulheres, pois quando ocorre algum naufrágio em uma embarcação em que o boto esteja por perto ele salva a vida das mesmas empurrando-as para as margens dos rios.

Suas mulheres são conquistadas às margens dos rios quando vão tomar banho ou mesmo nas festas realizadas nos interiores próximos de rios.

Os botos vão aos bailes e dançam alegremente com elas que se envolvem com seus galanteios e não desconfiam de nada. Só que, depois estão apaixonadas, a maioria dessas moças ficam grávidas deste rapaz. E por esta razão que ao boto é atribuída a paternidade de todos os filhos de mães solteiras.

O Boto anda sempre de chapéu, pois dizem que de sua cabeça exala um forte cheiro de peixe. E quando ele chega à festa geralmente é desconhecido de todos os integrantes da mesma, mas logo consegue conquistar uma moça bonita e com ela dança a noite inteira.

Porém, antes que o dia amanheça ele vai sem que ninguém o veja, pois o seu encanto termina assim que o dia começa a chegar e ele precisa voltar imediatamente para o rio. O Boto - Dom Juan das águas é figura popular do folclore amazônico é o mesmo golfinho da Europa e Ásia.

ANEXO G

Lenda do Guaraná

Guaraná era uma bebida muito apreciada pelos indígenas que a consideravam tão saudável e tão importante que eles a utilizavam diariamente como se fosse um elixir da longa vida.

Como explicar a origem desta bebida tão gostosa e refrescante que temos hoje, os índios costumavam contar uma lenda muito bonita.

Em uma aldeia dos índios Maués, havia um casal que possuía um único filho, alegre e saudável. Todos os habitantes da aldeia gostavam muito da criança e afirmavam que ele se transformaria em um grande chefe guerreiro.

Isto fez com que Jupari, o Deus do mal sentisse muita inveja do menino e resolveu matá-lo. Transformou-se em uma enorme serpente e, enquanto ele distraidamente colhia frutinhas na floresta, ela atacou e matou a pobre criança.

Seus pais que nada desconfiavam, esperaram em vão pela volta do indiozinho, esperaram muito, até que o sol foi embora. Veio a noite e a lua a brilhar no céu e a iluminar toda a floresta. Seus pais já estavam desesperados.

Toda a tribo se reuniu para procurá-lo.

Quando o encontraram morto na floresta, uma grande tristeza tomou conta de todos.

Ninguém conseguia conter as lágrimas.

Neste exato momento, uma grande tempestade desabou na floresta e um raio veio cair bem perto do corpo do menino.

Todos ficaram muito assustados, a mãe da criança pediu aos índios para enterrarem os olhos do menino, pois esta era vontade de Tupã, já que nasceria no local onde fossem enterrados uma nova planta que iria trazer muita alegria e felicidade a todos.

Assim foi feito os índios plantaram os olhinhos da criança imediatamente conforme o desejo de Tupã, o rei trovão.

Alguns dias se passaram e no local uma plantinha que os índios ainda não conheciam. Era o Guaranazeiro. É por isto que os frutos do guaraná são sementes negras, rodeadas por uma película branca muito semelhante a um olho humano.