

Entre a realidade e a virtualidade

Aníbal Gonçalves e Nelson Zagalo

Universidade do Minho, Centro de estudos de Comunicação e Sociedade, Portugal



Figura 1: *Avatar Days* (2010) de Gavin Kelly, o contraste do avatar e a vida real.

Resumo

Inspirado pelo filme *Avatar Days* (Fig.1), vencedor da categoria de melhor curta documentário no, *European Independent Film Festival 2010*. Com a história de quatro pessoas cujas vidas contrastam profundamente com a dos seus avatares online, e cujas personalidades se confundem com estes, o presente artigo pretende fazer uma reflexão acerca do sucesso dos videojogos online, das principais motivações que suscitam, e portanto, das razões do contínuo investimento de tempo que as pessoas dedicam a estes mundos, vivendo cada vez mais fragmentados entre o real e o virtual.

Abstract

Inspired by the short movie *Avatar Days* (2010) (Fig.1), winner of the Best Short Movie award in the *European Independent Film Festival 2010*. It tells the story of four people whose lives contrast deeply with the ones of their online avatars, with personalities divided between the real and the representation. The present article is a reflection about the success of online games, their player's major motivations, and therefore, the reasons of the continuous investment of time that people dedicate to these worlds, living more and more fragmented between the real and the virtual.

Keywords: Social Networks, virtual communities, Massive Multiplayer Online

Authors' contact:

Darthnicles@gmail.com
Nzagalo@gmail.com

1. Introdução

São várias as tecnologias que apareceram ao longo da história, e rapidamente se tornaram parte integrante das nossas vidas, a televisão, o carro, os telemóveis são alguns exemplos de verdadeiros artefactos que mudaram verdadeiramente a forma como vivemos, ao ponto de parecer que não conseguiríamos mais viver sem elas.

A internet, os videojogos, as redes sociais e os mundos virtuais são também exemplos de tecnologias que mudaram a nossa forma não só de comunicar, mas também de pensar e em última análise mudou quem nós somos. No caso da internet é inegável o aumento do número de utilizadores a nível global nos últimos anos, assim como a crescente democratização das suas aplicações, incluindo os mundos virtuais e as redes sociais. Aliás, o que existe de particular neste novo média, há o facto de o seu desenvolvimento não depender em exclusivo dos grandes grupos, nem do Estado, mas sobretudo da apropriação social das diferentes tecnologias existentes pela população geral, que tem assim a possibilidade de escolha no acesso à informação, e até mesmo a possibilidade participativa na discussão dos variados assuntos. Assiste-se assim a uma espécie de socialização e humanização da tecnologia, ao aparecimento de um campo novo de experiências para os humanos, não mais somente no mundo físico, mas por acções em ambientes complexos simulados computacionalmente.

O sucesso dos videojogos online é apenas uma consequência da apropriação humana destas tecnologias, ironicamente assistimos a um crescimento das comunidades virtuais ao mesmo tempo que diminuem as nossas comunidades reais, na era do individualismo as pessoas tornaram-se cada vez mais

isoladas com as suas redes sociais restritas à família nuclear e ao ambiente de trabalho. Os videojogos online proporcionam às pessoas a possibilidade de se manterem ligadas à sua rede, e a criar interacções cada vez mais raras na vida real nos dias de hoje, e são assim uma forma de combate ao isolamento.

2. Estudos Relacionados

Apesar de os *gamestudies*¹ serem uma área académica relativamente recente, existe já muito trabalho qualitativo sobre os videojogos online, estudos sobre os efeitos destes sobre as pessoas, estudos sobre uma possível aplicação destes no ensino, sobre cultura, sobre novas formas de socialização, até mesmo sobre a adição que estes provocam.

Já no caso dos estudos quantitativos, destacamos o *Daedalus Project*, um projecto do investigador americano Nick Yee, um investigador que estuda as interacções virtuais dos utilizadores de MMO games. Este projecto ficou conhecido por fazer estudos na área da Psicologia e da Sociologia, através de questionários feitos a mais de quarenta mil jogadores de MMORPG. Representa em certa medida o maior trabalho estatístico realizado na área dos MMO, e foi inclusive utilizado no documentário *Second Skin*² (2008), onde entrevistaram o próprio Nick Yee. Outro projecto bastante conhecido e referenciado quando se fala de MMOs é o *Project Massive*³, um estudo desenvolvido na universidade norte americana de Carnegie Mellon, sobre as comunidades dos jogos online que visou compreender as experiências sociais dos jogadores de *Massively Multiplayer Online Games* para além do contexto de jogo, bem como o impacto do videojogo no quotidiano das suas vidas [Seay 2004]. Inicialmente, o projecto investigava como os jogadores comunicavam e se organizavam entre si, e a forma como jogavam. Este estudo trata aspectos como motivações, número de horas de jogo por semana, formas de comunicação dos jogadores, entre outros.

3. Dos jogos sociais ao MMO

Os videojogos online têm conhecido um enorme sucesso nas últimas décadas e um crescimento constante que tem acompanhado o aumento de utilizadores da internet. Em termos de design não

apresentam muitas diferenças dos videojogos tradicionais, tendo basicamente se apropriado de conceitos de jogo já existentes, no entanto, existe uma característica especial neles, o número de participantes no mesmo jogo, o colectivo. Dentro dos videojogos online que aqui tratamos, destacamos dois arquétipos, os *social games*, e o MMO⁴ onde se destaca o MMORPG⁵. Ambos são na sua essência ambientes sociais, no entanto, diferentes em termos de design.

Os jogos sociais utilizam como suporte as plataformas de redes sociais como o Facebook que serve interdependentemente os jogos utilizando a informação contida na plataforma social. São um tipo de jogo com um coeficiente de entrada baixo, de fácil compreensão a nível de *gameplay* (facilidade) e normalmente são definidos por objectivos de acção genérica como construir edifícios para uma cidade, ou criar e treinar uma equipa de futebol. A evolução no jogo depende essencialmente de dois factores. Em primeiro lugar nas competências sociais do jogador, só através da ajuda do seu grupo de amigos é possível aceder a partes mais avançadas e isso depende da disponibilidade dos amigos em aceitar os convites que enviamos, e claro do número de amigos que temos na rede é fundamental para aumentar as possibilidades de obter ajuda. Em segundo lugar o tempo (persistência), normalmente existe um limite temporal para que consigamos avançar nos jogos, e a frequência com que acedemos à rede é essencial já que o jogo permanece activo mesmo quando não estamos ligados, mas obrigam o jogador a aceder a este para activar todo um conjunto de mecânicas que funcionam num regime temporal pré definido.

Quando nos referimos a um MMO podemos falar de qualquer videojogo que utilize um modo multi-jogador na rede de forma massiva, contudo, vamos centrar-nos sobre os MMO de interpretação de personagens conhecidos por MMORPG. O fenómeno dos RPG é anterior às interfaces digitais sendo talvez fundador da estrutura dos MUD⁶. Trata-se de um conhecido tipo de jogo que proporciona aos jogadores a possibilidade de assumir a identidade de personagens imaginárias, e operar com relativa liberdade dentro de um espaço também ele imaginário. Começaram em formato *Pen and Paper* (caneta e papel), e funcionam como uma espécie de peça de teatro onde cada participante assume uma personagem baseado no cruzamento de várias características definidas em livro, onde as acções e regras são controladas por um *game master*⁷. O termo RPG foi mais tarde adoptado pelos

¹ Os *gamestudies* são uma área inter-disciplinar que tem como interesse o estudo académico dos jogos, particularmente dos videojogos.

² *Second Skin* é um filme de tipo documentário produzido em 2008 por Victor Pineiro Escoriaza e Peter Brauer. O filme segue a vida de um grupo de jogadores de videojogos online e retrata as relações criadas nestes mundos e o seu impacto nas suas vidas.

³ Este estudo pode ser consultado em mais pormenor em www.projectmassive.com.

⁴ Massive Multiplayer Online - videojogo online multi-jogador massivo.

⁵ RPG- Role Playing Game, ou jogo de interpretação de personagens.

⁶ MUD- Multi-User Dungeon.

⁷ O Game Master é o jogador que controla o jogo (normalmente o mais experiente), assegura-se que as regras são cumpridas, e ao mesmo tempo apresenta e descreve aos jogadores os diferentes cenários com que estão a interagir.

videojogos, e é nos dias de hoje um dos estilos com mais sucesso na indústria. Este tipo de videojogos mantém tanto quanto possível intactas as características dos RPG *Pen and Paper* tradicionais, mas em formato de videojogo, a representação teatral é substituída pelo controle do avatar no ecrã, e o *game master* pelas regras e limitações impostas pelo software. Isto torna o ambiente mais rígido já que não podemos apelar à sensibilidade do videojogo para não nos matar depois de tomarmos uma má decisão, mas mais imersivo porque nos coloca mergulhados em aventuras num mundo à parte, onde vemos uma representação virtual de nós próprios no ecrã. Neste tipo de jogo a opção *single player* é bastante limitada, embora muito do conteúdo destes jogos possa ser feito em modo solitário, somos obrigados a conviver com todos os outros membros destes mundos e muitas vezes a procurar a sua ajuda para completar o mais variado tipo de objectivos. O design do jogo promove a socialização com o outro, uma vez que a maior parte do conteúdo requer a interacção com esse outro. Em grande parte o sucesso deste tipo de jogo prende-se exactamente com a necessidade humana de estar com o outro, comunicar com o outro, e mais importante ainda, comparar-se com o outro.

4. Representação

Actualmente o computador é visto como um objecto que expande “...a presença física dum indivíduo...” [Turkle 1995] e que possibilita a contemplação de “...uma vida mental que existe na ausência dos corpos...” [Turkle 1995]. Esta cultura da simulação, onde a comunicação interpessoal na Internet se destaca⁸, teve consequências profundas nas relações entre as pessoas e nas formas como estas se pensam a si próprias. No passado, alternar entre identidades e papéis diferentes era, por um lado, uma experiência controlada pela sociedade e, por outro, uma experiência marginal. Hoje, na Internet, no limiar entre o real e o virtual, é possível experienciar o carácter múltiplo da identidade, porque cada pessoa pode assumir personalidades distintas no anonimato do ciberespaço. Desta forma, “...quando atravessamos o ecrã para penetrarmos em comunidades virtuais, reconstruímos a nossa identidade do outro lado do espelho...” [Turkle 1995] e a Internet representa o nosso “laboratório social”. No caso dos videojogos online, as possibilidades são ainda maiores, passamos da vida quotidiana, muitas vezes aborrecida e rotineira, para um mundo onde assumimos a identidade de outro “eu”, poderoso e invencível. Um mundo onde podemos fazer (ou simular) aquilo que na vida real seria impossível, ou pelo menos improvável.

⁸ Gustavo Cardoso afirma que, “o maior fluxo de comunicação na Internet cabe não às compras electrónicas nem tão-pouco à busca de informação, mas sim à comunicação interactiva entre sujeitos” [Cardoso 1998].

O Avatar, que podemos dizer constitui um prolongamento do indivíduo no ciberespaço, é tradicionalmente um aspecto fundamental na experiência dos agentes dentro dos mundos virtuais. Desde sempre o homem sente a necessidade de aumentar a sua existência, e como tal, para lá de todo o potencial narrativo e de imagem que os videojogos online possam proporcionar, estas personagens (avatars) criados pelos utilizadores, dão vida a um novo mundo onde nos vemos representados num ecrã reconfigurando assim as lógicas humanas com a tecnologia. O conceito de avatar ficou famoso com o crescimento de plataformas online como o Messenger ou as redes sociais, no entanto, há muito que se afirmou como um elemento central nos videojogos, em especial no online. O avatar é uma representação gráfica de uma pessoa, e vem do mundo da mitologia hindu no qual uma divindade encarna numa forma humana ou animal. Conta-se que quando os criadores do universo queriam experimentar a Terra do ponto de vista de um habitante, ou quando necessitavam falar com os mortais, criavam um corpo material através do qual interagiam com as suas criações. “Se o homem for considerado como uma divindade do ciberespaço, entrar no reino digital requer um avatar já que o corpo humano é incompatível com o mundo dos bits.” [Vilhjálmsson 1996]

Inicialmente o objectivo do avatar era diminuir a incerteza, ao contactar alguém online apresenta alguma informação sobre os sujeitos com quem estaríamos a interagir, “...In reducing uncertainty, people strive to understand people's behavior during interactions as well as to predict future behavior” [Berger e Calabrese 1975]. Assim como nas relações entre as pessoas no mundo real, existe a tendência para sobrevalorizar os aspectos que distinguimos visualmente, e nos mundos virtuais o avatar é a única forma que temos de avaliar, reconhecer e categorizar os outros “...because avatars are a visible representation of a person in an interface, evaluations based on the physical appearance of the avatar may be transferred to them...” [Rauh e tal 2004]. A representação do avatar pode ser mais simples ou mais complexa dependendo do tipo de plataforma em causa, nas redes sociais e jogos sociais tradicionais são normalmente bastante simples, na maior parte das vezes apenas uma imagem e texto informativo. Já no caso dos videojogos, os avatares são normalmente representados com a complexidade possibilitada pela plataforma de jogo em causa, no caso dos MMORPG quanto mais complexo e personalizável, melhor. Existe quase sempre alguma correspondência destes avatares com a forma humana (locomção bípede⁹, falantes, inteligentes) com o objectivo de proporcionar ao jogador a possibilidade de se relacionar com o avatar. Por exemplo pegando no exemplo de quatro conhecidos MMORPGs, World of

⁹ Também conhecida como locomoção vertical, assente nas extremidades inferiores, os pés no caso dos seres humanos

Warcraft¹⁰, Age of Conan¹¹, Aion¹², e Everquest¹³, todos os avatares disponíveis exibem semelhanças físicas com a forma humana e que podem ser criados o mais semelhante à nossa imagem o quanto desejarmos. O Avatar funciona ao mesmo tempo como um “eu”, e um “outro”. Funciona como “eu” porque representa o jogador na interface, e está relacionado com as derrotas e triunfos pelos quais este é responsável, e funciona também como “outro” porque o seu comportamento é quase que sobrenaturalmente controlado por ele, mas ao mesmo tempo distinto porque é uma espécie de embaixador do “eu”. O avatar distingue-se ainda do “eu” humano pela capacidade de viver, morrer, renascer, tentar, falhar, e voltar para vencer, ou falhar de novo. É uma representação obediente e articulável no ecrã do “eu” corporal através da interface. Podemos dizer que existe um contínuo entre o jogador e o mundo de jogo, nós vemos através dos olhos do monitor o que o corpo pode sentir e registar. “...uma prótese imaginária que liga o corpo do jogador ao mundo da ficção, enfatizando um contínuo entre o mundo deste e o mundo do jogo” [Lahti, 2003: 161].

4.1 Motivações e Experiência

A motivação nestes mundos não é mais apenas o desafio de ultrapassar os obstáculos do conteúdo, factor fundamental para a motivação dos jogadores na história dos videojogos, mas existe uma obrigação com base em interacções reais, pessoas reais dentro do mundo do jogo que esperam algo de nós e com quem nós contamos também, por exemplo amigos a quem nós comparamos e por isso não podemos deixar de jogar para não ficarem muito mais avançados no jogo. Este aspecto de evolução é muito importante nos RPG (self-improvement), e é também um dos factores de maior motivação dos jogadores, a grande diferença é que no caso dos videojogos online a comparação é feita com pessoas reais e amigos do nosso círculo social. Este aspecto leva a que os indivíduos atribuam ainda maior importância à sua representação virtual/avatar, tanto no caso dos jogos sociais como nos MMO. Neste último a interacção com outras pessoas é fundamental e na maioria das vezes é mesmo obrigatória. Esta interacção é feita maioritariamente por meio de comunicação de texto e/ou voz, contudo, começa por uma interacção corporal através do avatar tridimensional. O avatar transmite muita informação por si só, desde o nome e género, mas também a forma,

altura, raça, e também status e poder. No caso dos MMO é possível perceber pelo nível dos avatares, e pela qualidade do equipamento que possuem, o domínio que a pessoa do outro lado que controla o avatar possui destes videojogos, isso estabelece á partida um sentimento de respeito dos demais jogadores que interagem com estes. Esta possibilidade de nos compararmos aos outros a um nível social, uma espécie de status virtual, e não apenas com o nosso companheiro de jogo do lado dá ainda mais credibilidade e autenticidade a estes mundos.

Historicamente os videojogos são vistos como algo que bebe do fantasioso, isto é, assume-se uma clara separação entre o mundo real e os mundos nos jogos, onde tudo é fantasia com o objectivo de imergir o jogador num universo de faz de conta. Com os jogos sociais esta concepção mudou radicalmente, primeiro porque interagimos com pessoas reais, algumas delas do nosso círculo de conhecidos da vida real, e depois pelo princípio da reciprocidade, “se te dou, também tens de me dar”. Ou seja, existe uma ponte definitiva entre o real e o virtual, ao ponto de a certa altura o virtual se tornar mais apelativo, mais gratificante e assim assume o papel principal, sendo muitas vezes preferido á vida real, “...O jogo já não é um mero artefacto que utilizamos para fazer uma pausa do quotidiano, mas o contrário, o jogo é o mundo, as actividades diárias são elas sim uma pausa...” [Zagalo 2010].

O homem é um ser social por natureza, cada indivíduo aprende a ser homem através das relações com os outros e pela apropriação da realidade criada pelas gerações anteriores. Numa era em que tudo parece artificial, onde somos forçados a vestir mascaras em todas as nossas actividades, no trabalho, na escola, da-mos por nós presos, controlados, sem possibilidade de exteriorizar o nosso individualismo. As comunidades virtuais, os videojogos online são um escape da vida real, mas será só isso? Jesse Schell na sua famosa conferência na DICE2010¹⁴, “Beyond Facebook”, questionou-se sobre as razões do sucesso do filme *Avatar* (2010) lançando a hipótese, “...We know technology cuts us off from the real world, but the movie addresses the question, can we then use that technology in order to penetrate back into reality and back into something genuine?...” [Schell 2010]. Neste sentido é possível que as relações que se estabelecem na rede estejam a assumir uma maior importância do que estávamos habituados, as comunidades virtuais são conhecidas pela facilidade que existe na criação de laços fracos, contudo, parecem ser mais fortes do que a maioria acredita. Isto porque são cada vez mais formadas por interesses mais específicos, que permitem a aproximação de indivíduos semelhantes ou com interesses ou relações que convergem, e porque também assistimos a um declínio das relações na vida

¹⁰ MMORPG da Blizzard Entertainment lançado em 2004, conhecido por ser o maior MMO do mercado, conta já com duas expansões e uma outra anunciada para finais de 2010.

¹¹ Age of Conan: Hyborian Adventures é um MMORPG desenvolvido pela Funcom e publicado pela Eidos em 2008, inspirado no universo de fantasia da série de comics, Conan o Bárbaro.

¹² Aion: The Tower of Eternity é um MMORPG criado pela NCSoft, lançado em 2009.

¹³ EverQuest é um MMORPG desenvolvido pela Sony Online Entertainment, e lançado em 1999. Ficou também conhecido por popularizar o termo MMORPG.

¹⁴ Ver o website da conferência em, <http://www.dicesummit.org/>

real onde as pessoas vivem numa contínua desconfiança pelo outro.

4.2 Real ID e integração com as redes sociais

Apesar dos grandes projectos de videojogos online e os MMOs funcionarem com suporte em servidores próprios e independentes das redes sociais, nos últimos tempos têm sido dados importantes passos para uma convergência entre estes e as redes sociais, nomeadamente por parte da Blizzard¹⁵. A empresa Norte Americana anunciou recentemente a integração da sua recente plataforma Battle.net 2.0 com o Facebook com a intenção de expandir e unificar a sua comunidade de jogadores.

Antes de entrar nos detalhes desta integração importa primeiro explicar no que consiste a plataforma Battle.net 2.0 e principalmente a funcionalidade *Real ID*. O battle.net surgiu com o objectivo de unificar os vários jogos da Blizzard de forma a todos funcionarem com o mesmo “Login”, e apoiados no mesmo website. Depois os passos foram dados para que também as comunidades de jogadores dos vários videojogos da Blizzard pudessem interagir através desta plataforma, independentemente do jogo que estivessem a jogar. É comuns os videojogos online permitirem tal como nas redes sociais tradicionais criarem uma lista de amigos, no entanto, a informação acessível, a comunicação e interacção com estes é normalmente limitada ao jogo em causa. Através da nova plataforma é possível criar uma nova e mais avançada lista de amigos chamada *Real ID*, esta funcionalidade contém cinco pontos fundamentais:

- *Real Names for Friends* - Os amigos que forem adicionados como *Real ID friends* aparecerão na interface com o nome real, e uma indicação de que personagens estão a usar.
- *Cross-Game Chat* - Com a funcionalidade *Real ID* é possível comunicar com os *Real ID friends* mesmo que estes estejam num servidor diferente, a jogar na facção inimiga, ou até num videojogo diferente.
- *Rich Presence* - É possível aceder a Informação adicional dos amigos *Real ID*, que modos de jogo estão a jogar, em que zonas do jogo se encontram, e se estão á espera de algo

em particular (se estão interessados em PVP¹⁶ ou PVE¹⁷ por exemplo).

- *Broadcasts* - Uma espécie de quadro de cortiça onde se pode colocar informação sobre mudanças de planos de ultima hora, ou pedir voluntários para algo. Todos os *Real ID friends* podem ler a mensagem *broadcast* uns dos outros.
- *Friend Once, See All Characters* - Uma vez adicionando um *Real ID friend*, sera possível ver todos os personagens/avatares/clans criados de todos os jogos da Blizzard actuais e no futuro. Isto com o objectivo de manter a rede social e nunca perder o rasto das pessoas com quem consideramos agradável jogar.

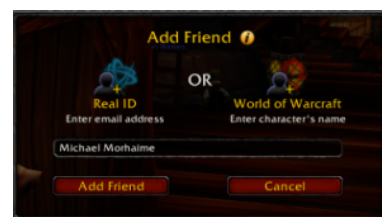


Figura 2: Exemplo da funcionalidade Real ID no World of Warcraft.

Depois de vermos o esforço da Blizzard, que é sem dúvida uma empresa de referência a nível de videojogos online, em unificar a sua comunidade de jogadores, podemos entrar de forma mais pormenorizada na integração com o Facebook. A funcionalidade base é bastante simples, imagine-se adicionar a lista de amigos ao Facebook, e depois a interface do jogo possibilita a comunicação com estes, caso estejam online a jogar qualquer videojogo da Blizzard, ou a utilizar a rede social. O objectivo é construir uma grande rede social à volta dos jogos da Blizzard, aliado às funcionalidades do Facebook possibilitando a partilha de experiências *in-game*. Com a criação de uma rede unificada à volta dos jogos da Blizzard será mais fácil “controlar” as tendências da

¹⁵ Blizzard Entertainment é a editora e produtora de jogos de computador e de videojogos americana responsável pela criação do World of Warcraft. Fundada em 1991, sob o nome de Silicon & Synapse por Allen Adham, Michael Morhaim e Frank Pearce, em Irvine, California, EUA.

¹⁶ Player versus player.

¹⁷ Player versus environment.

comunidade, as preferências dos jogadores nas mais variadas matérias, os tópicos mais discutidos, reivindicações e muito mais. Com esta informação será possível oferecer novos produtos/aplicações mais ao encontro dos desejos dos jogadores, com maior pertinência e qualidade. No futuro se a convergência tecnológica alguma vez se tornar numa realidade, talvez seja possível uma rede social global de videojogos. O RTS¹⁸ “Starcraft II”, lançado no passado dia 27 de Julho de 2010 será o primeiro a testar esta nova funcionalidade de integração.

5. Gratificação

O lúdico, o lazer, a competição, a aventura e o desenvolvimento de habilidades são conhecidos como os conceitos subjacentes ao sucesso da prática de videojogos como conceitos por si só, gratificantes. As competições de habilidade, entendida do sentido lato da palavra, ou seja, destreza física e intelectual, ocuparam desde sempre um papel em todas as culturas, quer como forma de divertimento ou como rito. [Huizinga 2003]

A estrutura de recompensas dos MMORPG é feita de forma a encorajar o dispêndio de tempo e a dedicação que pode desenvolver situações de vício. Funciona basicamente como um ciclo de recompensas¹⁹ onde no início do jogo os jogadores são frequentemente recompensados, por exemplo passar os primeiros níveis é geralmente bastante rápido, depois vai sendo preciso o dispêndio de cada vez mais tempo para passar para o nível seguinte. Consideramos importante o facto de nestes videojogos todos os jogadores comecem no mesmo ponto de partida. Isto possibilita que tudo o que se evolui enquanto personagem do jogo depende apenas do nosso esforço e mérito, isto oferece uma igualdade de oportunidades que simplesmente não existe no mundo real. Digamos que as sociedades dos mundos em contexto de videojogo online, embora sejam extremamente competitivas, onde os jogadores e os grupos se comparam e competem, o sistema de jogo propriamente dito é bastante meritocrático²⁰, com uma relação directa entre esforço e recompensa. O sistema é ainda feito para que os jogadores tenham sempre vários objectivos em mente, e pelo menos alguns sempre relativamente acessíveis. O objectivo é oferecer gratificação imediata ao jogador e depois manter a expectativa e promover a dedicação através de

recompensas de vária ordem (equipamento, *mounts*²¹, *pets*²², no caso do *World of Warcraft*). Muitos jogos, principalmente os *single player*, promovem apenas a capacidade do jogador (skill) numa lógica de resultado quantitativo, os MMORPG promovem então o tempo dedicado, a capacidade também, mas também promovem e recompensam a interacção social. Se um determinado objectivo requer o trabalho de 25 jogadores diferentes e bastante coordenação entre eles, normalmente as equipas que comunicam melhor, são aquelas que conseguem ultrapassar esse objectivo.

“...The game is set up to make you want the next best thing. ‘Oh look what that guy has! How do I get that?’ The answer is always to spend more time online either getting higher level to go camp the item, or to just go camp the item (or slight variation, camp the quest items that result in the new item). But you are rewarded for playing more. Better items, more freedom on where you can go...” [Daedalus Project 2002].

Cada jogador transporta consigo um historial de experiência com diferentes convenções de jogo, a isto podemos chamar de literacia dos videojogos [Pereira 2009], ou seja, um conhecimento que serve de competência ao jogador na forma como interage com o jogo e que é apreendida através da experiência. Por isso existem denominações que segmentam os jogadores em *casual gamers* e *hard-core gamers*, aquilo que será considerado para um *hard-core gamer* um desafio fácil, poderá trazer imensas dificuldades a um *casual gamer*. É nesta lógica que a variedade do *gameplay* num jogo necessita de responder a vários planos distintos de dificuldade. Se os *social games* das redes sociais são acessíveis a todo tipo de jogadores, já os MMOs são mais exigentes, embora exista sempre uma preocupação em baixar o coeficiente de entrada para o jogo se tornar apelativo mas compreensível de início, no entanto, existe sempre algo para fazer num MMO, a quantidade de objectivos existente no jogo é tão grande que há sempre algum desafio novo para todo tipo de jogadores, acompanhado de um adequado nível de recompensa. Assim dificilmente desligamos o jogo com a sensação que fizemos tudo que tínhamos projectado no jogo.

5.1 Realização

Tendo em conta o contínuo investimento nestes videojogos, estes permitirão no futuro oferecer experiências ainda mais imersivas, mais próximas do real, e conseqüentemente, mais aditivas. Ao contrário

¹⁸ Real Time Strategy – Estratégia em tempo real.

¹⁹ Mais sobre o ciclo de recompensas nos MMO pode ser consultado em www.nickyee.com/eqt/skinner.html.

²⁰ Refere-se á meritocracia, um sistema em que as posições hierárquicas são conquistadas com base no mérito, existe uma predominância de valores associados à competência e dedicação.

²¹ Mounts são o que os jogadores utilizam para se deslocar mais rapidamente entre as áreas de jogo, seja o tradicional cavalo, um dragão voador, ou mesmo um helicóptero.

²² Os *Pets* são animais de estimação que podemos pedir para nos acompanhar, não têm qualquer tipo de finalidade prática, mas são bastante populares objectos de status e vaidade, especialmente nos mais raros. Vão desde pandas, cães, tartarugas, dragonetes, entre outros.

dos videojogos tradicionais, que em relação à estrutura de jogo não diferem muito dos videojogos online, nestes últimos a possibilidade de vivenciarmos a imersão colectivamente, em grupos, como experiências exteriorizadas aumenta a imersão, que cria no indivíduo uma sensação de autenticidade, diminui a diferença entre realidade e representação, e persuade a mente fazendo a passagem entre o realismo e o fantasioso. Basicamente muitos destes mundos proporcionam experiências de interactividade coactiva²³ aos seus utilizadores, que seriam impossíveis de experienciar no contexto da vida real, onde temos nos dias de hoje a sensação que não conseguimos controlar o nosso destino.

Dentro das necessidades humanas, aquelas que estão ligadas à auto-realização (realização do seu próprio potencial, criatividade, auto expressão), ao ego e auto-estima (reputação, autoconfiança, independência), e finalmente as sociais (aceitação, amizade, associação), [Maslow 1970] são em muitos casos difíceis de experienciar na vida, e a dignidade humana não é plena se apenas cumprirmos as necessidades fisiológicas. Podemos compreender melhor isto olhando para a pirâmide das necessidades humanas de Maslow (ver figura 3), o indivíduo movimentar-se-ia da base para o topo, passando de um estágio para o outro somente quando todas as suas necessidades, naquele estágio, fossem satisfeitas. A configuração piramidal procura indicar um maior número de pessoas na base do que no topo. Na base da pirâmide estão as necessidades básicas, alimentação, habitação, vestuário, saúde, seguidas imediatamente pelas necessidades de segurança e conforto, estas representam as necessidades básicas ligadas à sobrevivência, logo de seguida temos as necessidades de Amor e relacionamentos (família e amizade), seguidas da estima (respeito e aprovação), e auto-realização (conquistas ligadas à ambição de cada um), estas bem mais difíceis de atingir.

A possibilidade de vestir a pele de um “outro”, ainda que virtual, abre um novo universo de possibilidades, não só para conhecer pessoas novas, mas também proporciona situações de gratificação mais do que individualmente (comum ao sentimento de vitória nos jogos *single player*), a nível social, se juntarmos a isto o sistema *Real ID*, que nos representa directamente e aos nossos amigos reais, a importância atribuída é ainda maior. Os méritos individuais dos jogadores dentro destes mundos sendo naturalmente reconhecidos pelos seus pares (exemplo: ter um equipamento de grande qualidade, derrotar um monstro muito difícil, ou simplesmente ter mais *achievements* que a maioria), ganhando o respeito destes, mesmo que sendo dirigido à representação virtual do indivíduo, permite ao jogador sentimentos de auto-estima e realização.

²³ A interactividade coactiva permita ao utilizador ter o controlo da sequência, ritmo, e tipo de acções desenvolvidas sobre o conteúdo do ambiente virtual.



Figura 3: Pirâmide das necessidades humanas [Maslow 1970]

6. Conclusão

Em jeito de conclusão resta-nos dizer que as comunidades virtuais representam nos dias de hoje uma forma dos seres humanos partilharem o seu “eu” com os outros, o homem necessita do outro para se definir a si mesmo e assim reivindicar a sua individualidade, “...as comunidades virtuais proporcionam um novo e dramático contexto para pensar acerca da identidade humana na era da Internet. São espaços para descobrir o significado experiencial duma cultura da simulação...” [Turkle 1995]. É difícil prever como se irão desenvolver estas comunidades no futuro, no entanto, julgamos que com o avanço da tecnologia e o crescimento das aplicações online dentro e fora dos videojogos, futuramente todos teremos uma representação virtual de nós mesmos capaz de apresentar os nossos interesses, de nos ligar aos nossos semelhantes, até mesmo fisicamente sob forma de avatar.

Referências

- Berger, C., Calabrese, R., 1975. *Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication*. Human Communication Research, 1, 99-112.
- Castells, M. 2007. *A Sociedade em Rede*, in “*A era da Informação, Economia, Sociedade e Cultura*, volume I”, 3ª edição. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Csikszentmihalyi, M., 1990. *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, HarperPerennial, New York, USA.
- Huizinga, J. 2003, *Homo Ludens*, Lisboa: Edições 70.

- Lahti, M. 2003, *Become Machines: Corporealized Pleasures in Video Games*. in *The VideoGame Theory Reader*, (editado por Wolf e Perron), Routledge, NY and London.
- Maslow, H. 1970, *Motivation and a Personality*. New York, Harper.
- Pereira, Luís (2009), *Videogames and Media Literacy – a Portuguese study about teenagers’ perspectives and online uses*, in *Proceedings of Media Literacy and the Appropriation of Internet by Young People*, Seminar Faro, 16-18 February 2009
- Rauh, C., Polonsky, M., & Buck, R. (2004). Cooperation at first move: Trust, emotional expressiveness and avatars in the prisoner's dilemma game. Poster presented at ISRE 2004—Conference of the International Society for the Research on Emotions. New York, NY.
- Salen, K. AND Zimmerman, E., 2004. *Rules of Play: Game Design Fundamentals*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Schell, Jesse, (2010), *Beyond Facebook*, at Design Outside the Box Track, Dice 2010, <http://e3.g4tv.com/videos/44277/dice-2010-design-outside-the-box-presentation/>.
- Schell, Jesse, 2010. *Beyond Facebook*, at DICE2010, http://www.ted.com/talks/jesse_schell_when_games_inade_real_life.html.
- Seay, F. 2004. *Project Massive: A study of online Gaming Communities*, in CHI, Viena Austria.
- Turkle, S. 1995. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Vilhjálmsón, H. H. 1996. *Avatar Interaction*. Final Project [em rede]. [Http://www.media.mit.edu](http://www.media.mit.edu)
- Yee, Nick. 2002. *Daedalus Project*. At <http://www.daedalusproject.com>.
- Zagalo, Nelson, (no prelo), *Comunicação e Design dos Jogos Sociais*, in Falcão e Andrade (eds), *Jogos Eletrônicos e Experiência Social*, *Edufba* - Editora da Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brazil