

Uma Análise da Herança Digital no Mundo dos Jogos

Vinicius Cardoso Faria^{1*}

Cristiano Maciel¹

Ney Alves de Arruda²

¹Universidade Federal de Mato Grosso, Instituto de Computação, Brasil

²Universidade Federal de Mato Grosso, Faculdade de Direito, Brasil

RESUMO

O mercado de jogos cresce a cada ano, conquistando cada vez mais espaço na economia mundial. Os entusiastas da área acumulam diversos produtos desta indústria durante suas vidas, aumentando seu patrimônio pessoal. No entanto, há interesse desses consumidores em destinar este legado após sua morte? O que teria a ser modificado nos termos de uso dos jogos digitais para que isso fosse possível? Por meio de uma pesquisa exploratória, busca-se entender como a atual geração de jogadores se posiciona quando exposta à possibilidade de considerar seus jogos e produtos relacionados como ativos digitais, que podem ser deixados de herança para futuras gerações. Ainda sobre este tema, faz-se a análise de termos de uso de alguns jogos. Como contribuição para a área, espera-se que a perspectiva da herança digital em relação aos jogos seja mais bem esclarecida, a fim de que sejam concebidas soluções que atendam as necessidades específicas dos consumidores desse mercado.

Palavras-Chave: Legado Digital, Jogos, Herança.

1 INTRODUÇÃO

Com o avanço de pesquisas acerca do Legado Digital, que pode ser definido como todas as posses digitais que um indivíduo gera durante sua vida e deixa para outros após sua morte [7], surgem diversas preocupações e uma delas diz respeito aos direitos de herança sobre bens digitais e bens virtuais [19]. Seguindo essa temática é possível fazer relação desta com o mercado de jogos, levando em consideração que este é um mercado global que tem grande impacto econômico.

A não muito tempo atrás os jogos eram, em grande maioria, comercializados através de mídias físicas e, assim sendo, era mais fácil destinar jogos a outras pessoas, possibilitando a destinação de um legado para gerações futuras. Atualmente, com o avanço das tecnologias que regem o mercado de jogos e a popularização das mídias digitais, isso se torna mais difícil, já que os direitos desses bens se tornam cada vez mais dependentes de termos de uso e acordos de licença de usuário final (EULA). Todavia, para o mercado de jogos digitais, há interesse desses consumidores em destinar este legado após sua morte? O que teria a ser modificado nos termos de uso dos jogos digitais para que isso fosse possível?

Face a esta problematização, o objetivo deste trabalho é desenvolver estudos com usuários relacionados ao mercado de jogos, bens digitais e virtuais como patrimônio pessoal e herança de ativos virtuais, bem como analisar termos de uso de jogos e plataformas de comércio dos mesmos, sob a perspectiva da herança digital, em busca da inovação em processos relacionados a essas. Desta forma, espera-se que este trabalho contribua para a academia e para o mercado, dando início a discussões sobre o assunto de forma provocativa. Para tal, fez-se necessário realizar uma pesquisa netnográfica, para esclarecimento de alguns conceitos diretamente ligados

*e-mail: vinicarfaria@hotmail.com

ao mundo dos jogos e por se tratar de um tema recente, para levantamento de dados que sustentem as hipóteses criadas neste trabalho. Além disso, a aplicação de um questionário, para obtenção de dados quantitativos e qualitativos, foi realizada.

A seguir são apresentados alguns conceitos que são essenciais para para a contextualização do leitor sobre os estudos realizados. Após a apresentação dos conceitos mais utilizados neste trabalho, é apresentada a metodologia de pesquisa para, então, serem apresentados os resultados e discussões iniciados após análise de dados e termos de uso.

2 CONTEXTO

Esta seção contextualiza o cenário atual do mercado mundial de jogos e apresenta alguns conceitos utilizados na pesquisa.

2.1 Tipos De Mídia

No mercado dos games, de forma geral, é possível adquirir jogos de duas formas: comprando uma mídia física, que geralmente vem na forma de um disco com os metadados do jogo, ou adquirindo uma mídia digital para fazer download dos dados do jogo diretamente no dispositivo que irá executá-lo. A mídia física, ou mídia removível, é um dispositivo portátil que possui memória para armazenamento de dados e é o meio mais comum de distribuição de software [14]. Já as Mídias Digitais são definidas como produtos e serviços provenientes da indústria de mídia, entretenimento e informação e seus subsetores. Ele inclui plataformas digitais (por exemplo, websites e aplicativos), conteúdo digitalizado (por exemplo, texto, áudio, vídeo e imagens) e serviços (por exemplo, informações, entretenimento e comunicação) acessíveis e consumidos por diferentes dispositivos digitais [22].

2.2 Mercado De Jogos

O Mercado Mundial de Jogos cresce em um ritmo acelerado e pode atingir US\$ 108,9 bilhões em 2017. Comparado ao ano de 2016 houve um crescimento de 7,8%, o que representa cerca de US\$ 7,8 bilhões. No ano de 2016, a receita gerada foi de US\$ 101,1 bilhões, sendo composta em 32% por jogos de console e 25% por jogos para computadores. A previsão para esse ano é que os jogos para computadores componham 23% da receita [21].

É visível que as vendas de softwares físicos, no mercado de jogos para consoles, diminuiu em um ritmo baixo enquanto os downloads digitais aumentaram em cerca de 20%, durante o ano de 2015, nos EUA. Estima-se que US \$ 2,5 bilhões ou 1/3 do total de gastos foram gerados através de downloads de jogos completos e DLC (downloadable content), que são conteúdos baixáveis que adicionam novos recursos a um jogo [23]. Essa onda gerou muito prejuízo para diversos varejistas que focam na venda de jogos e produtos relacionados [2].

Recentemente, a empresa GameStop, muito popular nos EUA, informou que planeja fechar mais de 150 de suas 7.500 lojas, devido a queda em suas vendas globais, e com isso pretende mudar o foco de suas vendas para para tecnologia e colecionáveis [8].

A tendência é que a venda de jogos físicos continue em declínio enquanto os downloads de conteúdos digitais aumentam consideravelmente. Essa reação é resultado do estímulo das desenvolvidos

ras de jogos, que continuam a estimular as vendas digitais por facilitarem a logística e distribuição de conteúdo, dessa forma, possibilitando uma queda nos preços dos jogos e ofertas de extras adicionais. Essa tendência acompanha o mercado de jogos para computadores, que passou a ser quase 100% digital [1]. Um dos motivos desta tendência é que os jogos em mídias digitais tem maior durabilidade, pois os jogos digitais dependem cada vez menos dos aparelhos utilizados para sua reprodução, o que contribui para a sobrevivência dos novos jogos [6].

Cabe ressaltar que os jogos estão inseridos em um contexto cultural em nossa sociedade, pois estão entre as atividades de lazer preferidas das novas gerações [11]. Outro fator a ser considerado são os recentes modelos de negócio para a economia digital, que tendem a comercializar jogos como um serviço [15]. A partir desses fatos surge uma preocupação: quais direitos os consumidores têm sobre esses conteúdos comprados? Antes de responder esta questão é preciso definir o que são esses conteúdos.

Para ser caracterizado como bem digital, o conteúdo precisa ser composto por informações digitais, dessa forma, são distribuídos unicamente através de meios digitais. Assim, podem ser facilmente reproduzidos e comercializados. Além disso, bens digitais são caracterizados por serem representações de bens físicos [16]. Outros exemplos de bens digitais muito comuns são músicas, e-books e aplicativos. Por isso, é possível definir jogos como bens digitais, já que sua reprodução não implica na diminuição do conteúdo original. Porém, muitos jogos comercializam itens virtuais que não podem ser caracterizados da mesma forma, já que os mesmos são produtos que agregam valores econômicos, dentro do contexto virtual, e podem ser comercializados entre jogadores. Esse tipo de conteúdo é muito comum, tal que muitos jogos e aplicativos os têm como maior fonte de receita [16]. Por representarem bens físicos, os bens digitais podem ser pensados da mesma forma que esses, no tocante ao repasse desses a sucessores destes bens, em caso de morte do proprietário.

Esses dois conceitos são muito utilizados erroneamente como sinônimos e, por isso, o entendimento dos direitos dos usuários sobre os mesmos se torna complexo e confuso. Para explicar melhor o conceito, foi utilizado o serviço Steam, maior plataforma de comercialização de jogos para computador, como objeto de estudo principal.

2.3 Termos de Uso

A maioria dos jogos online e as principais plataformas de comércio virtual são globais, portanto, não é claro a que leis estão sujeitos. Os grandes nomes do mercado fazem o possível para se preservarem, declarando que estão sujeitas apenas a leis específicas de cada país, ou até mesmo, apenas às leis do país onde a empresa é sediada. Desta forma, os usuários, comumente, estão sujeitos aos Termos de Uso (ou Termos de Serviço e até mesmo à Licenças de Usuário Final) que visam proteger e resguardar todos os direitos de propriedade intelectual aos responsáveis pela comercialização e distribuição deste tipo de produto ou serviço. Quanto mais tempo elas vigoram sem a intervenção da justiça, isto é, do governo, mais dependentes delas os usuários ficam. O problema é que esses termos acabam ultrapassando os limites constitucionais, abusando dos consumidores, que acabam por não entrar na justiça em busca da garantia de seus direitos, já que as empresas fazem o possível para dificultar os processos judiciais [5].

Como abordado por [20], as legislações mal acompanham as mudanças da sociedade, muito menos o desenvolvimento tecnológico. Mesmo com a regulamentação do Marco Civil da Internet, a transmissão dos direitos imateriais, em face do falecimento, não é amparada de forma satisfatória, gerando dúvidas e casualidade em processos que tentam reivindicar esses direitos.

Nas seção de resultados e discussões deste artigo são analisados os termos de uso de alguns jogos populares, explicitando os direitos

garantidos por seus termos de uso.

Apesar das informações obtidas com os termos de uso, vê-se a necessidade de utilizar algum método de coleta de dados, detalhado na próxima seção, para se obter mais informações sob a perspectiva das pessoas que interagem com os objetos de pesquisa.

3 METODOLOGIA

Inicialmente, foi realizada uma revisão bibliográfica, na qual não se obteve resultados relevantes sobre a temática. Por este motivo, foi realizada uma pesquisa netnográfica para escolha dos jogos a serem analisados e para obtenção de dados a respeito da economia do mercado de jogos.

Para coleta de dados quanti-qualitativos optou-se pela elaboração de um questionário online através da aplicação *Formulários Google*, disponível gratuitamente. A escolha da aplicação como ferramenta deu-se pela facilidade de uso e controle das respostas, que ficam centralizadas no Google Drive, facilitando o acesso e compartilhamento entre os pesquisadores, bem como o acompanhamento do preenchimento dos dados em tempo real.

Devido a facilidade de reprodução do questionário online, foi possível coletar dados de uma variedade de pessoas. Para filtrar as respostas de real interesse, o questionário conta com uma seção inicial com questões para coleta de dados demográficos, como a faixa etária e faixa salarial do público, bem como algumas questões simples acerca do tema Herança Digital. Ao final da seção, os não consumidores de jogos podem enviar as respostas do formulário, finalizando o preenchimento, enquanto os consumidores seguem para seção seguinte, que tem como objetivo obter informações de como o público compra jogos. Além disso, há duas sessões seguintes que possibilitam a coleta de dados da perspectiva dos consumidores de jogos sobre Termos de Uso e Herança Digital. Para obtenção de respostas foram utilizadas questões de múltipla escolha, texto, escala linear e caixas de seleção.

Após a formulação do questionário, o mesmo foi aplicado à alguns pesquisadores para validação das perguntas, para pilotagem do instrumento. Isso possibilitou a identificação de ambiguidades e problemas de inteligibilidade das questões por pessoas que não possuem conhecimento sobre o tema Herança Digital. Mesmo com as correções foi possível utilizar as respostas dos pesquisadores como amostra de dados.

Com o questionário devidamente pilotado, um convite para participação da pesquisa com o link de acesso a mesma foi compartilhado em redes sociais, listas de e-mails e grupos de jogadores, para que fosse possível a coleta da maior quantidade de respostas possível. Apesar dos esforços, foram obtidas 72 respostas, das quais apenas 39 puderam ser utilizadas como amostra, pois 33 respostas foram de não consumidores de jogos, que não eram o público alvo do questionário. O prazo de aplicação do questionário foi de 10 dias.

As respostas foram tabuladas e inseridas em gráficos para facilitar a visualização e compreensão dos dados. Esses gráficos são apresentados e discutidos seção de Resultados e Discussões.

Além do questionário, foram realizadas análises de termos de uso de jogos de multijogadores online, escolhidos através da popularidade e senso comum, e do serviço Steam, mais conhecida plataforma de comercialização de jogos para computadores. A análise dos termos de uso foi feita seguindo os critérios de abordagem de direitos de propriedade, bens digitais, itens virtuais, morte e herança para facilitar a leitura dos textos e limitar os termos a serem recortados para discussão. O detalhamento desta análise é feito na próxima sessão do trabalho.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção, são apresentados os dados obtidos via questionário online, iniciando discussões sobre a opinião de jogadores sobre mídias de jogos e suas relações com a possibilidade de serem consideradas

bens que podem ser herdados. Logo após, são descritos os termos de uso dos jogos selecionados e do serviço Steam para serem comparados com a perspectiva dos jogadores.

4.1 Consumidores de Jogos

Considerando a amostra voluntária, não se optou por uma análise sistematizada. Apesar deste empecilho, as respostas foram bem significativas e auxiliaram na busca de respostas aos problemas inicialmente apontados para a pesquisa.

Inicialmente, estimou-se que a maioria dos consumidores de jogos seriam pessoas jovens, que não se preocupam com a construção de um legado e, muito menos, com a constituição de uma herança, principalmente devido a tabus e crenças em torno da morte presentes em nossa sociedade [18]. Como pode ser visto na Figura 1, de fato, a maior parte dos participantes tem idades entre 15 a 29 anos.

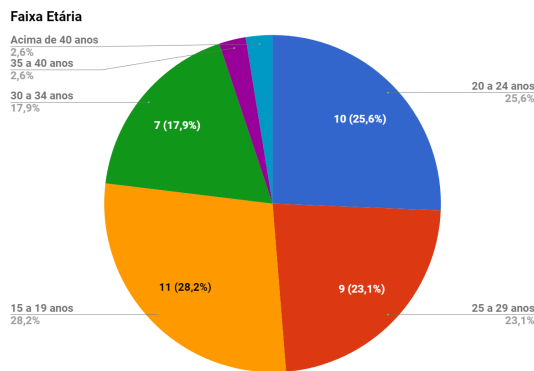


Figura 1: Faixa etária da amostra.

Além disso, a maioria dos participantes possui renda mensal de até 3 salários mínimos, como vemos na Figura 2. Estes dados isolados não possuem muita significância, porém eles foram coletados para que fosse possível relacioná-los a outros dados de maior importância. Esses dados também servirão para categorizar as respostas em pesquisas futuras, já que a renda mensal de cada voluntário ajuda a entender melhor como a economia virtual é constituída.

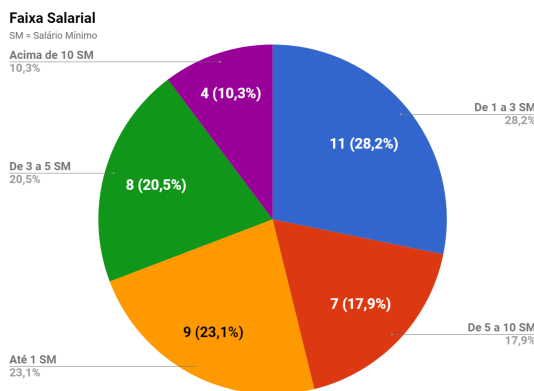


Figura 2: Faixa salarial da amostra.

Como podemos observar na Figura 3, a renda mensal não tem influência direta na quantidade de jogos comprados pois, após estabelecer uma relação da faixa salarial com a soma de jogos em mídia física ou mídia digital de todos os participantes pertencentes a cada uma das faixas, podemos constatar que os participantes com menor renda mensal possuem mais jogos que aqueles que possuem

maior renda. Isso significa que, nesta pesquisa, a compra de jogos tem maior impacto financeira justamente nos consumidores de menor renda, levantando o questionamento do quão importante esses jogos são para essas pessoas.

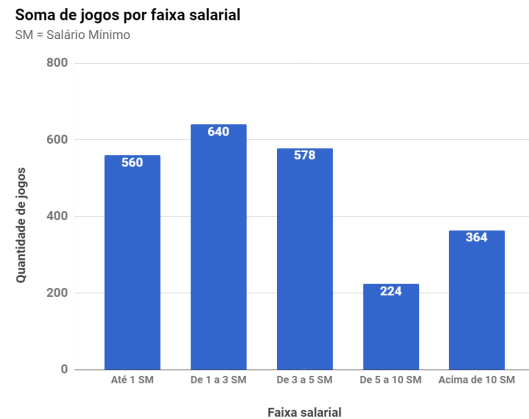


Figura 3: Relação entre faixa salarial e quantidade média de jogos da amostra.

Um dos objetivos do questionário foi comprovar se o serviço Steam de comércio virtual era realmente o mais popular entre os serviços encontrados na internet, como podemos atestar de acordo com a Figura 4. Ao responderem esta questão, os voluntários podiam selecionar mais de um serviço. Como pode ser observado, 32 dos 39 participantes utilizam o Steam. Em segundo lugar vem a Origin, plataforma que comercializa os jogos produzidos pela Electronic Arts Incorporation, e logo depois a battle.net, responsável pelo jogo Word of Warcraft, com a mesma quantidade de respostas que a PlayStation Store. Essa constatação valida a necessidade da análise dos Termos de Uso do serviço Steam, apresentada na próxima subseção.

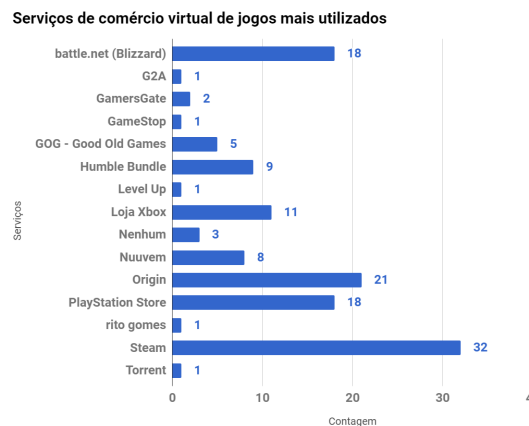


Figura 4: Serviços mais utilizados pela amostra.

Em relação a tendência de que a venda de conteúdos digitais continue crescendo, como apontado por [1], é possível constatar a clara diferença entre a quantidade de jogos, de cada tipo de mídia, que os participantes da pesquisa possuem, vide Figura 5. E, ainda, é possível constatar via análise da Figura 6, que os participantes preferem adquirir jogos em mídia digital. Por exemplo, o mesmo participante que respondeu que possui aproximadamente 310 jogos digitais também respondeu que possui aproximadamente 50 jogos físicos. Logo depois dele vemos as respostas de outro participante,

que possui 300 jogos digitais e nenhum jogo físico. Essas respostas apontam um dos pontos negativos das mídias físicas: O espaço de armazenamento. Para uma pessoa possuir 310 jogos físicos ela precisa de um espaço grande para armazenar os jogos e mantê-los organizados. Em contra partida, em uma biblioteca virtual de jogos você pode facilmente organizá-los como preferir, e para manter uma cópia física do conteúdo baixável basta possuir alguns discos rígidos.

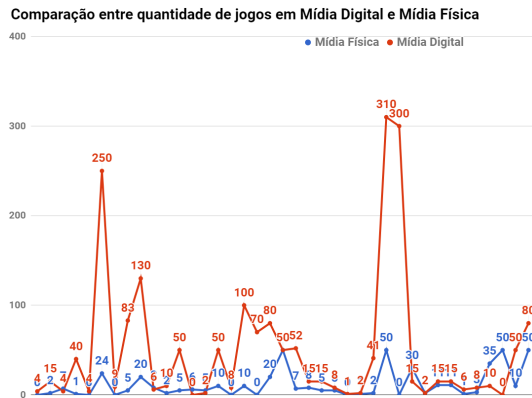


Figura 5: Quantidade de jogos por tipos de mídia da amostra.

Dentre as justificativas pela preferência por mídia digital obtidas por meio de pergunta aberta, estão motivos mais genéricos e claros, por exemplo, acessibilidade, praticidade, portabilidade, comodidade e, também, a diferença entre os preços. Em especial, a durabilidade em comparação aos jogos físicos, como cita [6]. Aqueles que preferem comprar jogos em mídia física deram as seguintes justificativas: "Gosto de ter uma lembrança do jogo que tenho/que eu joguei e de visualizá-lo na estante juntamente com outros. Como se fosse um livro.", "Facilidade na instalação e não dependência de acesso a internet durante o processo de instalação.", "Tradição", "Prefiro algo tangível" e "Emoção de ter o jogo em mãos."

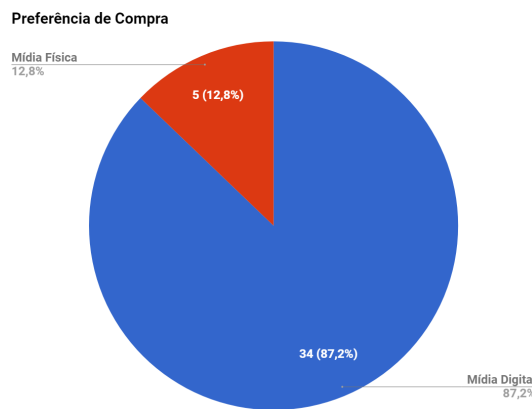


Figura 6: Preferência de compra da amostra.

Outro ponto considerado importante na elaboração do questionário foi a obtenção da opinião dos participantes a respeito do direito de propriedade sobre os jogos digitais comprados em lojas virtuais, para constatação do quão cientes sobre os termos de uso essas pessoas estão. Por conseguinte, demonstrado na Figura 7, a maioria dos participantes acredita que os jogos comprados são propriedade do consumidor. Para verificar se isso ocorre na prática, é necessário ler os termos de uso das plataformas de comércio virtual e, em

alguns casos, também se vê necessário a leitura dos termos de uso do próprio jogo. Na próxima seção deste artigo, tais termos serão debatidos, permitindo problematizar melhor essa questão.

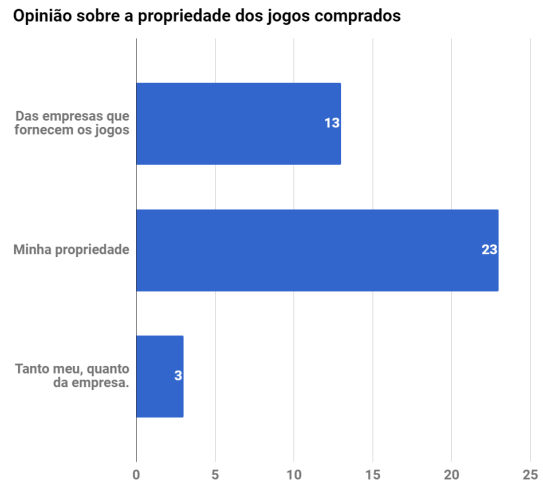


Figura 7: Opinião da amostra sobre a propriedade dos jogos adquiridos.

Para verificar se os participantes realmente tem interesse em constituir uma herança para as próximas gerações, foi realizada uma pergunta com resposta em escalas, apresentada na Figura 8. Nesta amostra, percebeu-se o real interesse dos usuários em ter seus jogos tratados como bens digitais, de fato. Essa informação é essencial, pois se os participantes não tivessem interesse em herança digital, mais especificamente à de jogos, essa temática perderia sua utilidade, e ainda a tese de que a herança no mundo dos jogos digitais é uma necessidade que começa a ganhar espaço seria refutada.

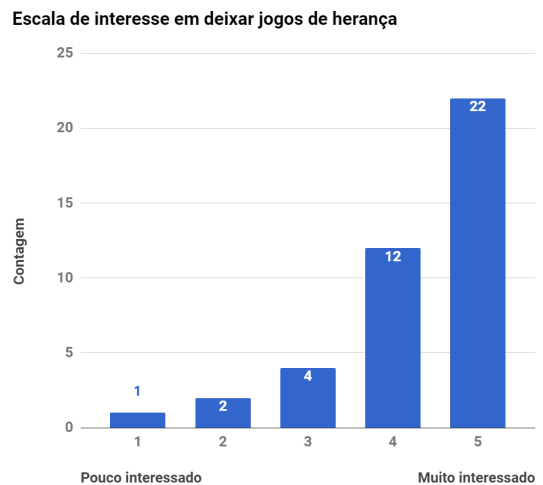


Figura 8: Interesse da amostra em deixar jogos de herança.

Ao final da análise desses dados, comprova-se a necessidade da análise de termos de uso, com o intuito de dar sustentação as premissas de que os jogos digitais são considerados bens digitais e, enfim, podem ser sucedidos em forma de herança digital.

4.2 Análise dos Termos de Uso

Nesta seção são analisados os termos de uso e EULA dos jogos *World of Warcraft*, *Path of Exile* e *Elders Scrolls Online*, bem como do serviço Steam.

4.2.1 World of Warcraft

O jogo World of Warcraft, mantido e distribuído pela Blizzard Entertainment Inc., apresenta um sistema de assinatura mensal disponíveis em períodos de 1 mês, 3 meses ou 6 meses, além de ter a necessidade de comprar uma cópia do jogo e de suas expansões, ou seja, possui um alto custo para o consumidor.

Para esclarecimento dos direitos dos usuários, é necessário analisar os termos de uso e EULA. Embora hajam 3 termos de usos para o jogo, foi utilizado o documento *TERMOS DE USO DE WORLD OF WARCRAFT* [4] e o *CONTRATO DE LICENÇA DE USUÁRIO FINAL DO BATTLE.NET (EULA)* [3].

Ambos os documentos são disponibilizados em português. Os termos de uso são bem organizados e foi facilmente possível localizar o parágrafo referente a propriedade:

Todos os direitos e a titularidade no e para o Serviço (incluindo sem limitação quaisquer contas de usuários, títulos, código de computador, temas, objetos, personagens, nomes de personagens, histórias, diálogos, frases de efeito, localizações, conceitos, trabalho artístico, animações, sons, efeitos áudios-visuais, métodos de operação, direitos morais e qualquer documentação relacionada, "applets," transcrições de salas de bate-papo, informações sobre o perfil do personagem, gravações de jogos) são de propriedade da Blizzard ou de seus licenciadores. O Jogo e o Serviço são protegidos pelas leis dos Estados Unidos e internacionais, e podem conter determinados materiais licenciados, sobre os quais os licenciadores da Blizzard podem obrigar seus direitos no caso de qualquer violação deste Contrato. (Blizzard Entertainment Inc.)

Logo abaixo, temos um parágrafo nomeado "*Nenhum Direito de Propriedade na Conta*", que esclarece ainda melhor quais são os direitos de propriedade dos usuários.

VOCÊ RECONHECE E CONCORDA QUE NÃO TERÁ NENHUMA PROPRIEDADE OU OUTRO INTERESSE DE PROPRIEDADE SOBRE QUALQUER CONTA ARMAZENADA OU HOSPEDADA EM UM SISTEMA DA BLIZZARD, INCLUINDO SEM LIMITAÇÃO QUALQUER CONTA BNET OU CONTA DO WORLD OF WARCRAFT, E RECONHECE AINDA E CONCORDA QUE TODOS OS DIREITOS EM E PARA TAIS CONTAS SÃO E DEVERÃO SER PARA SEMPRE DE PROPRIEDADE E PARA O BENEFÍCIO DA BLIZZARD. (Blizzard Entertainment Inc.)

Além disso, o parágrafo 9 trata sobre "*Propriedade/Venda da Conta ou Itens Virtuais*":

A Blizzard não reconhece a transferência de Contas do World of Warcraft ou de Contas BNET (cada uma "Conta"). Você não pode comprar, vender, dar de presente ou comercializar qualquer Conta ou oferecer para comprar, vender, dar de presente ou comercializar qualquer Conta e tais tentativas deverão ser nulas ou inválidas. A Blizzard tem a propriedade, licenciou ou de outra forma tem os direitos a todo o conteúdo que aparece no Jogo. Você concorda que não tem nenhum direito ou titularidade em ou a qualquer conteúdo, incluindo sem limitação, mercadorias virtuais ou moeda que apareçam ou se originem no Jogo ou a quaisquer atributos associados com qualquer Conta. A Blizzard não reconhece quaisquer transferências feitas de propriedade virtual executadas fora do Jogo ou a venda, presente ou

comercialização efetuada no "mundo real" de qualquer coisa que apareça ou se origine no Jogo. De acordo, você não pode vender itens ou moeda do jogo por dinheiro "verdadeiro" ou trocar estes itens ou moeda por valor fora do Jogo. (Blizzard Entertainment Inc.)

No EULA também é possível localizar, no item 2, parágrafo A, inciso vii, a reafirmação do que foi destacado acima, que vale para todos os jogos distribuídos pela *BATTLE.NET*:

Todas as Contas. Observe que a Blizzard é proprietária de todas as Contas e que todo e qualquer uso de uma Conta deverá ser em benefício da Blizzard. A Blizzard não reconhece a transferência de Contas. É proibido comprar, vender, presentear e trocar qualquer Conta, bem como oferecer qualquer Conta para compra, venda, presente e troca, e qualquer tentativa nesse sentido será nula e poderá resultar na perda da sua Conta; (Blizzard Entertainment Inc.)

Em suma, a Blizzard tenta resguardar todos os direitos de propriedade para si mesma, deixando os usuários totalmente desamparados. Porém, será que esses termos são absolutos? Será que eles são amparados por Leis? Infelizmente é comum ver termos como este, que desencorajam totalmente os consumidores de procurarem auxílio jurídico. Afinal, esta parece ser a estratégia das grandes corporações que dominam o mercado mundial de jogos.

4.2.2 Path of Exile

O videogame 'Path of Exile' ("POE") da Grinding Gear Games Limited ("Grinding Gear Games") possui um único documento que descreve os termos de uso e as políticas de privacidade, disponível em português [12]. O documento não é bem organizado, o que dificulta a leitura, todavia, logo no parágrafo 3 encontra-se um termo que aborda "Direitos":

[...] Para evitar dúvidas, e na medida do permitido pela lei, os Direitos incluem, sem restrições, todos os direitos no que diz respeito a todos gráficos, logos, textos, imagens e todos outros elementos inclusos ou derivados da jogabilidade e do mundo virtual apresentado no POE, incluindo, sem restrições, nomes dentro do jogo, personagens, locais e quaisquer itens virtuais ("Itens Virtuais"), e seus benefícios associados ou propriedades adquiridas ou fornecidas para o uso dentro do POE. (Path of Exile)

Abaixo, no paragrafo 5 temos:

[...] Para uma maior prevenção de dúvidas, em conformidade a cláusula 3, quaisquer direitos que você possa ter relacionados a quaisquer elementos ou aspectos do POE (incluindo, sem restrições, relacionados aos personagens dentro do jogo e Itens Virtuais) são estritamente limitados a uma 'licença de uso' pessoal como parte da Licença e em momento algum você adquire quaisquer direitos proprietários relacionados a tal. [...] (Path of Exile)

Também é possível encontrar, no parágrafo 19, o termo que versa sobre direitos de transferência:

Você não está permitido a transferir quaisquer Pontos adquiridos por você (ou quaisquer direitos relacionados a quaisquer Itens Virtuais incluindo, sem restrições, aqueles que você pode comprar com Pontos) para outra pessoa ou entidade, usar tais Pontos para o benefício

de qualquer outra pessoa ou entidade, ou lidar com os Pontos ou quaisquer direito ou interesse nos Pontos de qualquer maneira, exceto conforme explicitamente previsto por estes Termos de Uso. (Path of Exile)

Esses termos deixam claro que não é possível transferir qualquer conteúdo para outra pessoa, o que impossibilita a herança digital de qualquer conteúdo comprado.

4.2.3 The Elders Scrolls Online

The Elders Scrolls Online é um jogo produzido pela Bethesda Softworks LLC e Licenciado pela ZeniMax Media Inc. O jogo possui vários documentos legais, por se tratar de uma parceria entre duas empresas, o que dificultou a análise dos termos sob os critérios definidos na metodologia. Ele ainda não possui documentação em português. Apesar da complexidade, se fez possível identificar alguns trechos referentes a propriedade [13]:

[...] You agree that You have no ownership right or title in or to any such Downloadable Content, including, but not limited to, the virtual goods appearing or originating in the Services (such as a Game) or any other attributes associated with any Account or Services. ZeniMax does not recognize any purported transfers of virtual property executed outside of the Game, or the purported sale, gift or trade in the "real world" of anything that appears or originates in a Service or a Game. Accordingly, You may not sell, and You may not assist others in selling, Service(s) or in-Game items for real currency, or exchange those items for value outside of the Services. Evidence of any attempt to redeem Downloadable Content for a purported exchange, sale, gift or trade in the "real world" will result in the immediate suspension or termination of Your Account. [...] (ZeniMax Media Inc.)

[...] Regardless of the method by which You obtain a Virtual Currency and subject only to the Statutory Obligations (as defined in Section 1), it has no value in real currency, and is not transferable to any other person, or returnable, exchangeable, or refundable for real currency, goods, or services. By purchasing or otherwise obtaining Virtual Currency, you acknowledge and agree that all Virtual Currencies represent a limited, non-exclusive, non-transferable license for Your personal, private, non-commercial use of ZeniMax Services governed by these Terms of Service. Because it is a license, Virtual Currency is not property in which You have any ownership right, title, or other interest. Any Virtual Currency balance shown in Your Account does not constitute a real currency balance or reflect any monetary value. [...] (ZeniMax Media Inc.)

Basicamente, assim como os casos citados anteriormente, as empresas responsáveis pelo jogo declaram que são total detentoras de todo conteúdo disponibilizado pelas mesmas, impossibilitando e deslegitimizando inclusive, qualquer acordo feito em vida, dentro ou fora do jogo, como testamentos, descartando a possibilidade de herança Digital.

4.2.4 Steam

Steam é um serviço online disponibilizado pela empresa Valve Corporation. Em seus Termos Legais [9] os usuários desse serviços são categorizados como "Assinantes" e têm direitos de acesso e uso dos serviços, softwares e conteúdos disponíveis na plataforma, que são mencionados como "Conteúdo e Serviços", e esses direitos são mencionados como "Assinaturas". Algumas Assinaturas podem impor termos adicionais aos usuários (EULA e Termos de Uso

de jogos e produtos específicos). Uma assinatura concede os direitos de licença não exclusiva de uso do Conteúdo e dos Serviços para o uso pessoal não comercial, o que não confere título ou propriedade sobre o Conteúdo ou os Serviços, por exemplo, direitos de licença para itens virtuais.

Os Termos Legais ainda informam a possibilidade de serem realizadas trocas, vendas ou compras de certos tipos de Assinaturas, entre os Assinantes. Esse serviço é mencionado como "Mercado de Assinatura" e, de fato, existe o Mercado da Comunidade Steam, visto na Figura 9, onde os usuários podem realizar essas transações. Porém, isso não garante o direito de doação ou herança.



Figura 9: Mercado da Comunidade Steam.

Quando um usuário compra um jogo para si mesmo, ele fica disponível na biblioteca do usuário para download. Todas as Assinaturas listadas na biblioteca são de acesso e uso exclusivo do Assinante, a menos que o ele utilize o recurso Family Sharing. Para que uma Assinatura seja vendida, trocada ou comprada, ela tem que ser disponibilizada no inventário do Assinante, vide Figura 10. Um jogo só é disponibilizado no inventário se o Assinante adquiri-lo para presente. Alguns jogos podem gerar itens virtuais, apresentados também na Figura 10.

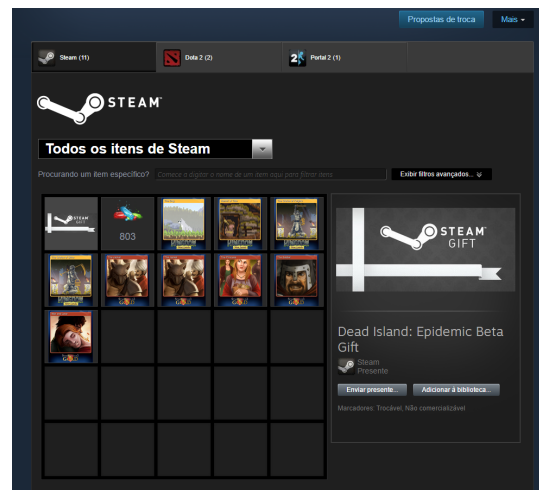


Figura 10: Inventário do usuário da Steam.

O recurso Family Sharing possibilita o compartilhamento de uma biblioteca Steam (com exceção de jogos que requerem um código, conta ou assinatura de terceiros) com até 5 contas em até 10 dispositivos simultaneamente, porém, apenas um usuário pode acessar o jogo por vez. A prioridade de acesso é dada ao Assinante do jogo, portanto, quando o titular da biblioteca decide começar a

jogar enquanto um usuário já estiver jogando um dos seus jogos, ele terá cinco minutos para comprar o jogo ou parar de jogar [10].

Quando um usuário utiliza um título compartilhado, ele pode ganhar ou realizar transações com os conteúdos dentro de jogo, pois os itens virtuais não são compartilhados entre contas, já que são considerados propriedade da conta que os comprou ou adquiriu, e não do titular do jogo.

Portanto, apesar de possibilitar alguns recursos de compartilhamento e transações, os jogos vendidos no Steam não são de propriedade do titular, pois o Assinante só adquire os direitos de licença e uso dos jogos, porém, os itens virtuais são considerados propriedades do Assinante, sendo assim, o Steam deveria garantir o direito de herança desses Bens Virtuais [10].

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa investigou aspectos de herança digital no contexto dos jogos, por meio da opinião de usuários jogadores e da análise dos termos de uso. Podemos constatar que os participantes preferem comprar jogos digitais, o que segue a tendência de distribuição deste conteúdo no mercado. Ainda, podemos observar que mais da metade dos voluntários acredita que os jogos adquiridos são de sua propriedade, diferente do que se vê nos termos de uso analisados, fato que comprova a importância dessa discussão. Essa informação errônea dá-se, provavelmente, à falta de leitura das documentações legais dos jogos e plataformas de distribuição e comercialização de jogos. Também é importante ressaltar que mais da metade dos participantes tem interesse em deixar seus jogos de herança para as gerações futuras. Esse resultado abre margem para novas pesquisas seguindo a mesma temática, pois ainda restaram dúvidas sobre o amparo legal dos termos restritos que as grandes corporações impõem aos seus consumidores.

A necessidade de se prever o repasse de ativos e de bens digitais para terceiros tem sido uma preocupação premente das empresas de softwares [17]. Redes sociais de grande porte, como o Facebook, já oferecem aos usuários a possibilidade deles pré-configurarem suas contas para exclusão futura ou para serem gerenciadas por um herdeiro, definido em vida pelo usuário. Empresas como a Google, que possui uma série de serviços, possibilita aos usuários configurar "contas inativas", definindo, entre outros, prazo de não uso da conta e herdeiros.

Para uma área tão promissora quanto a dos jogos, há que se discutir e pensar em soluções neste sentido. Sendo assim, este artigo fornece elementos importantes para que essa discussão possa ser traçada nesta área, de forma interdisciplinar.

Como trabalhos futuros, espera-se o estudo do legado digital com foco em aplicativos para dispositivos móveis, onde os investimentos por parte dos usuários cresce exponencialmente a cada ano, gerando um enorme impacto econômico no mercado de jogos. Também, uma análise mais aprofundada dos termos de uso sob a ótica do Direito, faz-se necessária.

6 AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico pelo financiamento de bolsa para pesquisa.

REFERÊNCIAS

- [1] D. Ahmad. March 2016 npd forecast: A billion dollar month, Apr. 2016. Disponível em: <<https://zhugeex.com/2016/04/march-2016-npd-forecast-a-billion-dollar-month/>>. Acesso em: 29 de março de 2017.
- [2] D. Ahmad. Us console market in 2015 – year in review, Jan. 2016. Disponível em: <<https://zhugeex.com/2016/01/us-console-market-in-2015-year-in-review/>>. Acesso em: 28 de março de 2017.
- [3] I. Blizzard Entertainment. Contrato de licença de usuário final do battle.net. Disponível em: <<http://us.blizzard.com/pt-br/company/legal/eula.html>> Acesso em: 29 de maio de 2017.
- [4] I. Blizzard Entertainment. Termos de uso de world of warcraft. Disponível em: <http://us.blizzard.com/pt-br/company/legal/wow_tou.html> Acesso em: 29 de maio de 2017.
- [5] S. Braman and S. Roberts. Advantage isp: Terms of service as media law. In: *New Media & Society*, Vol.5(3):442–448, 2003.
- [6] M. L. Carretta. Convite à reflexão sobre a inevitável morte dos jogos digitais. In: *XIII SBGames - Porto Alegre - RS - Brazil, November 12th - 14th, 2014.*, 2014.
- [7] E. Carroll and J. Romano. *Your digital afterlife: When Facebook, Flickr and Twitter are your estate, what's your legacy?* New Riders, 2010.
- [8] M. Cornatzer. Gamestop closing 150 stores, shifting focus, Mar. 2017. Disponível em: <<http://www.newsobserver.com/news/business/article141016233.html>>. Acesso em: 29 de março de 2017.
- [9] V. Corporation. Acordo de assinatura do steam. Disponível em: <http://store.steampowered.com/subscriber_agreement/> Acesso em: 24 de maio de 2017.
- [10] V. Corporation. Compartilhamento de biblioteca steam. Disponível em: <<http://store.steampowered.com/promotion/familysharing>> Acesso em: 24 de maio de 2017.
- [11] R. P. V. da Silva. Crossfire: como um game gratuito se tornou recordista de arrecadação para a economia de atenção. In: *XIII SBGames - Porto Alegre - RS - Brazil, November 12th - 14th, 2014.*, 2014.
- [12] G. G. Games. Path of exile - termos de uso e políticas de privacidade. Disponível em: <<http://br.pathofexile.com/legal/terms-of-use-and-privacy-policy>> Acesso em: 08 de dezembro de 2016.
- [13] Z. M. Inc. Zenimax media terms of service. Disponível em: <<https://account.elderscrollsonline.com/terms-of-service>> Acesso em: 19 de janeiro de 2017.
- [14] T. Inês. Jogos em mídia física x digital: qual opção mais vantajosa?, 2016. Disponível em: <<https://www.meups4.com.br/especiais/jogos-em-midia-fisica-x-digital-qual-opcao-mais-vantajosa/>>. Acesso em: 03 de abril de 2017.
- [15] D. O. Lemes, F. C. Tomaselli, and S. C. R. B. A economia digital e o mercado de jogos para dispositivos móveis. In: *XI SBGames – Brasília – DF – Brazil, November 2nd - 4th, 2012.*, 2012.
- [16] Y. Liu. Selling bytes: A survey of issues in digital and virtual goods. 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/dBA5yf>>. Acesso em: 21 de abril de 2017.
- [17] C. Maciel and V. C. Pereira. The fate of digital legacy in software engineers' view: technical and cultural aspects. In: Maciel, C., Pereira, V.C. (eds.) *Digital Legacy and Interaction: Post-Mortem Issues*, 1st edn. HCL pp. 1–30. Springer, Switzerland (2013).
- [18] C. Maciel and V. C. Pereira. The internet generation and its representations of death: considerations for posthumous interaction projects. In: *Proceedings of the 11th Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems (IHC 2012)*. Brazilian Computer Society, Porto Alegre, Brazil, pp. 85–94 (2012).
- [19] C. Maciel and V. C. Pereira. A morte como parte da vida digital: uma agenda de pesquisa em IHC. In: *XIII Simpósio Brasileiro sobre Fatores Humanos em Sistemas Computacionais (IHC 2014)*, 2014, Foz do Iguaçu. *XIII Simpósio Brasileiro sobre Fatores Humanos em Sistemas Computacionais (IHC 2014)*, 2014. p. 441-444.
- [20] C. Maciel, V. C. Pereira, and M. Sztern. Internet users' legal and technical perspectives on digital legacy management for post-mortem interaction. In: *International Conference on Human Interface and the Management of Information*. Springer, Cham, 2015. p. 627-639.
- [21] E. McDonald. The global games market will reach \$108.9 billion in 2017 with mobile taking 42%, Apr. 2017. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-reach-108-9-billion-in-2017-with-mobile-taking-42/>>. Acesso em: 01 de maio 2017.
- [22] S. Nayyar. Digital media and society implications in a hyperconnected era. *World Economic Forum, USA*, Jan. 2016.
- [23] M. Silva. Entenda que o são dlc, 2012. Disponível em: <<http://manualdatecnologia.com/anuncios-mt/entenda-que-o-sao-dlc/>> Acesso em: 02 de maio de 2017.