



Tomás Pereira Botelho

Sociedades Virtuais: análise etnográfica e afectiva da prática de videojogos.

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Antropologia Social e Cultural sob a orientação científica do Professor Doutor Fernando Florêncio e Professora Doutora Andrea Gaspar e apresentada à Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra

Junho/2018



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Índice

• Introdução	1
• Capítulo I	7
▪ 1 – A Solidão	7
▪ 1.2 – História de um Videojogo	9
▪ 1.3 – Videojogo, práticas de media, e “engagement”	17
• Capítulo II	25
▪ 1 – Contexto	25
▪ 1.1 - Play, regras e “glitch”	25
▪ 1.2 – Contexto espacial	34
▪ 1.3 – Contexto estrutural	36
▪ 1.4 - Contexto narrativo e narrativa	40
▪ 2 – “Affect”	47
• Capítulo III	54
▪ 1 – Avatar	54
▪ 2 – Identificação narrativa	58
▪ 3 – Cidades e moldação urbana	61
▪ 4 – “Free Company”	66
▪ 5 - Itens, experiência e “affect”	69
• Capítulo IV	73
▪ 1 – Videojogo enquanto experiência	73
▪ 2 - Dinâmica avatar-utilizador e virtual-actual	76
▪ 3 – Transversalidade mediática e “polymedia”	78
▪ 4 – Teorizar sobre videojogos e respectivos conceitos	82
• Conclusão	86
• Bibliografia	90

Introdução

“The digital should be and can be a highly effective means for reflecting upon what it means to be human, the ultimate task of anthropology as a discipline”, Miller, D., et Horst, H., A., 2012.

Ter como objecto de estudo um objecto tecnológico tem inevitavelmente como consequência o surgimento de um conjunto de questões metodológicas e teóricas subjacentes. Autores como Marcus (2008, 2009, 2012, 2014), Holmes (2008), Rabinow (2008), Colbier e Ong (2008), ou Downey e Fisher (2006), reiteram problemáticas como a definição das questões, do campo etnográfico, de como estruturar a escrita teórica dada a necessidade de alguns dos campos tecnológicos já terem produzido escrita de índole similar à etnográfica, da transferência do antropólogo do campo académico para o mundo empresarial, ou ainda de como, vista a extensão geográfica de algumas problemáticas, surgem tensões entre o local e o global, diálogos entre o que é partilhado e o que é exclusivo, o que é macro e o que é micro.

Estes problemas de teor antropológico e etnográfico são frequentes e quase inerentes ao estudo de questões, objectos ou fricções que impliquem ter em consideração o uso de tecnologia, referente a uma qualquer área: economia, saúde, campos empresariais, redes sociais, entre outros. Há uma noção subjacente que, com o evoluir da capacidade de produção tecnológica e de partilha global de conhecimento por parte da humanidade, assim também o modo como estudamos e definimos as questões tem de ser adaptada. É necessário repensar o campo de estudo, como interagir com o objecto de estudo - seja ele material ou humano - e, naturalmente, ponderar quais as implicações que tudo isto terá no corpo social e as respectivas práticas.

Reflectir sobre o impacto que as tecnologias e práticas daí originárias poderão ter integra um campo de trabalho que nem sempre é fácil de construir, no sentido em que é dinâmico, disperso e composto por múltiplos integrantes. Os videojogos, por exemplo, são produtos de audiência global, produzidos por equipas multidisciplinares. Não obstante o objecto de estudo da presente tese constituir um material tecnológico - os videojogos -, o foco principal recairá sobre o videojogo em si e nas problemáticas daí resultantes para os utilizadores. Estas incluem a possibilidade de organização do espaço de jogo, a moldagem do acto de jogar, a orientação da acção do avatar, e, conseqüentemente o impacto no utilizador.

Resulta, pois, da colocação destas questões a necessidade de definir o que constitui o digital. O digital, como será empregue na presente dissertação, corresponderá à concepção que Miller e Horst (2012) empregam, sendo que este

“will be defined as all that can be ultimately reduced to binary code but which produces a further proliferation of particularity and difference” (pp.3), ou, simplesmente, *“as everything that has been developed by, or can be reduced to, the binary”* (pp.4). Não obstante, o termo digital consagra-se como excessivamente vasto e com pouca capacidade de teorizar as problemáticas inerentes ao caso concreto dos videojogos; há, inclusive, a problemática dos mundos jogáveis que estes albergam, e o termo digital não é o apropriado para os definir. Antes, para este caso em particular, remeto para a definição de digital – e de “digital anthropology” - de Tom Boellstorff (2012): *“the relationship between the virtual (the online) and the actual (the physical or offline)”* (pp. 39). Ou seja, não obstante a definição de Miller e Horst (2012), é necessário, para o estudo de videojogos e consequente reflexão associada, consagrar como uma das questões nodais a relação dialética que existe entre o virtual e o actual, ou físico.

Relativamente a esta questão, Tom Boellstorff (2012) argumenta que não existe fusão entre virtual e actual: *“without cataloguing further examples of these narratives that the online and offline are becoming blurred ... the virtual is as profane as the physical, as both are constituted ‘digitally’ in their mutual relationship”* (pp. 42), acrescentando ainda que *“the idea that the online and offline could fuse makes as much sense as a semiotics whose followers would anticipate the collapsing of the gap between sign and referent”* (pp. 42). No caso dos videojogos a posição teórica é semelhante: não existe fusão entre o mundo virtual, onde decorre a acção jogável, e o mundo físico ou actual; por outras palavras, o videojogo não se sobrepõem à dimensão física. Considerar esta relação como dinâmica e dialética permite - tanto à antropologia digital, como, neste caso em particular, ao estudo dos videojogos – perspectivar as relações subjacentes entre utilizadores e objecto tecnológico sob uma óptica fundamentalmente divergente de uma que advogue quebras ou fusão. De facto, Tom Boellstorff (2012) argumenta ainda que recorrer ao termo “real” é teoricamente incorrecto, revalando-se um *“inaccurate phrasing”* (pp. 42) que *“implies that the online is unreal”* (pp. 42), e consequentemente remove legitimidade ao argumento de que o mundo virtual é, em si, um campo de estudo, algo que é nodal neste trabalho.

De modo a melhor compreender a necessidade de um estudo de índole social de videojogos - e das questões subjacentes - é preciso enquadrar os momentos de criação e desenvolvimento destes no mercado comercial. Os videojogos sempre foram desenvolvidos sob uma retórica de avanço tecnológico, assente em concepções derivadas da iminente globalização, de maior acesso aos mercados financeiros, produtos e serviços, e de noções de entretenimento cultural e mediático compartilhados, ideia que Appadurai (1996) salienta na sua obra. De facto, é possível considerar como paralelos momentos de maior investimento - produção, avanços tecnológicos, vendas - a momentos de grande entusiasmo tecnológico.

Dado tratar-se de um produto comercial de entretenimento, o presente estudo começa com uma retórica baseada na respectiva utilização e espaço de utilização. Essa lógica está presente no primeiro capítulo, onde desenvolvo uma história de evolução material e utilitária, e da qual é possível compreender que o

videojogo, enquanto objecto, atravessou múltiplas fases e espaços.

Inicialmente, enquanto produto de pesquisa científica e tecnológica, os videojogos eram objectos de estudo académico, inventados e produzidos no seio de Universidades norte-americanas (por exemplo). Contudo, por efeitos de progresso tecnológico e económico, os videojogos passaram de elemento académico a bem material, a objecto de consumo, irremediavelmente alterando o uso e finalidade destes.

É a partir deste momento da história dos videojogos que eles começam a adquirir maior relevância material, dado o uso difundido, popular e sucesso comercial. São bens lucrativos, de entretenimento, que habilmente se espalharam a um nível global, interagindo, em certa medida, com a “mediascape” (Appadurai, A., 1996), adquirindo um cariz mediático e relevância cultural maior do que se tivessem permanecido meramente como objectos de pesquisa, confinados a ambientes académicos e laboratoriais. A integração dos videojogos no mercado comercial teve, pois, dois momentos cruciais a nível social: a situação em que os videojogos estavam integrados nos salões de arcade – estruturando um espaço definido para o seu uso – e o momento em que surgem as consolas “in-house” – interagindo com o espaço doméstico dos seus utilizadores.

Não obstante a importância de reflectir como o objecto material do videojogo teve a capacidade de alterar as práticas sociais de acordo com a tecnologia em que era jogado, no presente trabalho o principal momento de estudo remete a um espaço temporal posterior, quando a World Wide Web começa a integrar as vidas contemporâneas. Graças, novamente, aos avanços tecnológicos e financeiros, foi criada a possibilidade de os videojogos serem jogados online, com recurso a ligações à Internet. Este desenvolvimento em particular possibilitou novas formas de utilização dos videojogos e a construção de espaços de interacção social sem precedentes na temática dos videojogos. Posto isto, este trabalho terá como principal foco o mundo online do videojogo *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*, um videojogo da lucrativa e mundialmente jogada série *Final Fantasy*, produzido e editado pela empresa Square Enix (2013).

Uma das principais questões com que nos deparamos ao estudar temáticas relacionadas com o uso de tecnologias, ou inseridas num contexto global, é que o campo de pesquisa nem sempre é configurado por nós, enquanto figuras que irão realizar o dito estudo. Ou seja, há ocasiões em que o “field” nos é apresentado como já existente, como um elemento detendo já estruturas e práticas previamente definidas, como indicado por Colbier e Ong (2008). O propósito, nesses contextos, torna-se não tanto o de identificar as estruturas, mas de produzir uma reflexão sobre como estas interagem entre si, entre os utilizadores, entre os participantes e integrantes, reflectindo sobre a dialéctica instaurada pela utilização e participação. O espaço virtual do videojogo *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* é, nesse sentido, o campo principal de pesquisa, sendo que as reflexões aqui construídas terão em conta a materialidade do espaço virtual e o diálogo que este produz com os seus intervenientes.

De acordo com Daniel Miller e Heather Horst (2012) os “digital worlds” possuem uma materialidade, sob a perspectiva de estudos de cultural material, o

que lhes confere um estatuto objectivo, uma essência enquanto lugares com a capacidade de intervir na cultura material quotidiana da humanidade. Recorrendo a este ponto de vista é possível advogar que o ambiente virtual do videojogo, o espaço digital jogável, possui uma materialidade inerente e estruturas capazes de formular relações dialéticas com os seus utilizadores. O objectivo passará por analisar as bases sociais e afectivas da relação do espaço jogável com os seus intervenientes, nomeadamente os jogadores, e quais as implicações, no âmbito das microtransacções, daí resultantes. Como tal, propus-me a integrar o mundo virtual por um longo período de tempo, interagindo com os seus integrantes, ambientes, estruturas e transacções. O presente trabalho traduz as experiências e observações que registei ao longo de um ano de jogo, entrevistas e participação em várias redes sociais.

Não obstante o facto de ser um videojogo online, cujos utilizadores provêm de vários lugares do mundo e de o utilizador estar conectado à Internet, o local de jogo – o espaço onde decorre a acção do videojogo – é um plano digital previamente construído em que o utilizador se submete às regras e fundamentos inerentes a este. Ou seja, ao não existir a possibilidade de alterar, modificar ou reestruturar as regras bases do cenário, estaremos a integrar um espaço já construído, no qual a fluidez de jogo e as interacções sociais são formadas a partir de modelos já existentes. Este conceito assume funções basilares na estruturação da jogabilidade e das interacções entre utilizador e objecto tecnológico.

Considerando este espaço como arena onde a acção social se irá desenrolar, segue-se, logicamente, que quem conceba os videojogos queira estruturar essa mesma arena. Nesse sentido, o videojogo é um produto de conhecimento multidisciplinar com o intuito não só de proporcionar entretenimento, mas também de o conceber de acordo com directrizes previamente definidas pelos seus criadores. No capítulo 2 abordo a questão de como, através do trabalho de equipas de designers, programadores, escritores, entre outras profissões, o cenário e o contexto do videojogo são moldados de forma a materializar as regras que orientam o utilizador na sua aventura na arena virtual. Esta moldação da acção do utilizador terá, obviamente, grandes consequências no seu desempenho, dado que, não só é pretendida a aprendizagem das regras que ditam o jogo – no sentido mais “clássico” do termo –, mas também orientar a essência da experiência de interagir com os elementos do videojogo

De modo a conceber e moldar uma melhor e mais frutífera experiência, os designers, produtores, jornalistas e utilizadores de videojogos foram construindo conjuntos de reflexões e análises críticas em relação à ideia e prática de jogar um videojogo. Recorrem a conjuntos de conhecimentos e práticas oriundas de múltiplos ramos de conhecimento (questões de “self” e identidade, orientação espacial e urbanística, estruturas de sociedade) de modo a compor o produto final: o videojogo enquanto material de entretenimento e local de acção. Este conhecimento elaborado reflecte, em parte, o que Marcus (2008) elabora como “para-etnografia”, um conjunto de reflexões e informações paralelas ao que nós, enquanto antropólogos, elaboramos. Existem ainda reflexões por parte de quem produz, utiliza e escreve sobre videojogos, as quais servem de linhas orientadoras

não só para considerações sobre os procedimentos, mas como modelos de análise do que pode ser melhorado e modificado num produto comercial em constante evolução. O conhecimento teórico e prático produzido pelo corpo que integra o universo de trabalho dos videojogos torna-se, pois, importante para a percepção de como o videojogo irá, enquanto objecto material, interagir com os utilizadores e conceber as respectivas experiências. Conceitos como, por exemplo, “engagement” – um estado de atenção, de envolvimento profundo com o videojogo e a acção que decorre – advêm precisamente deste conjunto de reflexões elaboradas pelo corpo profissional.

A importância deste conjunto de reflexões é latente na maneira como iremos interpretar a acção de quem produz os videojogos. Ou seja, ao reconhecermos que existem ponderações e conhecimentos que guiam as acções e formas de trabalhar o videojogo, estaremos a compreender um outro tipo de moldação da experiência de jogar um videojogo. Como Ash (2010) elabora no seu artigo, situações como sessões de teste de videojogos funcionam para os produtores e designers não só verificarem determinados erros, mas também para eficazmente produzir situações de contacto social entre utilizadores – na arena do videojogo -, para ainda verificar como estabelecer melhor “engagement”, ou como produzir uma maior integração com o videojogo.

A noção de integração nos videojogos difere um pouco do sentido tradicional da palavra. Aplicada ao contexto de videojogos, a ideia de integração traduz um estado misto de “engagement” e “affect”. O conceito de “affect”, e a correspondente teoria afectiva, surgem, pois, como um dos pilares da análise aqui veiculada, particularmente nos capítulos 2, 3 e 4. “Affect”, na acepção em que aqui é entendido, corresponde ao não-representacional que é estabelecido entre o utilizador e a experiência do videojogo, um certo grau de envolvimento e identificação material e afectivo com os elementos do videojogo – a narrativa, o avatar, as estruturas sociais. Deste modo, a teoria afectiva pretende explorar a dinâmica entre o utilizador e o videojogo – ou método tecnológico – nos seus âmbitos não-representacionais, naquilo que são as forças e teias não latentes no espectro social e cultural, mas antes fomentadas pela relação em si, por uma vertente mais emocional ou afectiva. Representa, pois, em certa medida, a relação emocional que o ser humano constrói com o objecto tecnológico que é o videojogo e com a materialidade do mundo virtual e do avatar que controla.

Ao longo do capítulo 2 o conceito e a respectiva teoria são expostos, sendo que no capítulo 3 é explicado como, no videojogo em estudo – *“Final Fantasy XIV: A Realm Reborn”* – “affect” molda o ambiente social entre vários utilizadores e os respectivos avatares, através de exemplos que recolhi no decorrer do tempo de observação-participante, integrado no mundo virtual do videojogo e num grupo de jogadores recorrentes.

Não obstante, a teoria afectiva não tem somente impacto no ambiente social do videojogo e respectivos utilizadores, mas também na forma como o jogador irá interpretar o videojogo e os elementos constituintes, tal como a narrativa ou a música. O impacto sociocultural deste conceito nos utilizadores será alvo de reflexão no capítulo 4, assim como o conceito de “*polymedia*” (Madianou, M., Miller, M., 2012). Através da utilização do videojogo, e da relação afectiva que

os utilizadores constroem, estabelecem-se dinâmicas de relacionamento entre jogadores através de múltiplas redes sociais e planos materiais virtuais. O factor nodal, originário, permanece, contudo, a relação afectiva que o utilizador desenvolve com o videojogo, que se prolonga e estende a outras plataformas sociais.

Ao consagrar os videojogos como objectos detentores da capacidade de se relacionarem através do não-representacional com os utilizadores estabelece-se um tipo de análise que reflecte uma componente crucial do consumo contemporâneo: a capacidade de este se adaptar ao consumidor, de integrar a capacidade de produzir algo como reflexividade. Nesse sentido os videojogos desempenham um papel preponderante, dadas as suas características narrativas, contextuais e estruturais; possuem a capacidade de estabelecer circunstâncias propícias à afectividade, à veiculação do não-representacional, e, conseqüentemente, ter impacto na interpretação social e cultural que os utilizadores criam do videojogo em si. Analisar esta capacidade sob um ponto de vista antropológico permite reflectir sobre o impacto social e cultural de objectos tecnológicos, tal como os videojogos, e quais as consequências sociais, económicas e afectivas.

Capítulo I

“A concorrência é desleal
e o mercado também.
Não tomas nota da ocorrência?”
“o fogo o tempos e as cinzas”, Carlos Carranca, 2016

1 – Jogar

Sendo filho único, nunca dispus de um contacto alargado com pessoas da minha idade enquanto criança, pelo que, a companhia regular consistia em Legos e videojogos. Brinquedos diferentes partilhavam, não obstante, um valor único na capacidade de intensificar a imaginação e o imaginário, de criar e recriar histórias, fantasias e vontades. Iniciar-se-ia uma relação de muitos anos com os videojogos, que, nos dias de hoje, se mantém.

Aquando adolescente floresceu, em mim, uma paixão pelo skate e a respectiva prática; várias foram as tardes passadas a praticar colocações de pé, elevações da tábua e ângulos do joelho. Na ausência de oportunidade de andar de skate, dispunha de um videojogo, de título *Skate*, para me estimular e saciar as vontades de elaboradas manobras. De facto, tinha consciência de que, apesar do meu gosto pelo desporto, nunca conseguiria atingir a qualidade dos profissionais que tanto admirava nos filmes que visualizava. Autênticos artistas, era momentos reservados à consagração de sonhos e desejos aqueles que passava diante da televisão, a observar profissionais como Chris Haslam, Jake Dumcombe, ou Chris Cole a manobrar elegantemente uma tábua de madeira com rodas. Era pois, na qualidade de jogador de videojogos, que atingia o estatuto de profissional de skate; na vida actual era um estudante com inúmeras preocupações e obrigações, mas, dentro do mundo virtual de *Skate* era um profissional de nome Crosby, em homenagem ao músico David Crosby. Isento de lesões físicas, com a capacidade de executar qualquer manobra, sem as horas – por vezes anos – de prática, o mundo do videojogo dava-me a possibilidade de me tornar naquilo que, na vida física, seria incompatível com o rumo que esta seguia.

Ao longo de três videojogos distintos, a trilogia *Skate*, *Skate 2* e *Skate 3*, fui desenvolvendo as minhas capacidades e manobras, ajustando, a cada momento, as qualidades de Crosby e personalizando esta minha faceta. A narrativa do videojogo era linear, e pouco complicada: o objectivo era ser-se um “*pro skater*”, realizando sessões fotográficas e filmes para a revista *Thrasher*. A participação de inúmeros profissionais em filmes de introdução a cada videojogo¹ antecipava a habitual caracterização da nossa personagem, do nosso avatar, que, no meu caso, era Crosby. Dispunha de um leque de opções de indumentária, características físicas, cabelos e

¹ - Estes filmes são curtas-metragens que apresentam o argumento do videojogo e os profissionais que participam, num misto de humor e antecipação.

tatuagens variadas, porém a escolha não é livre mas sim orientada pelas possibilidades que o próprio videogame proporciona. Dentro do que me era apresentado eu gerava combinações, espelhando a minha personalidade e gostos; na vida actual tinha cabelo até aos ombros, pelo que Crosby também tinha; na vida actual não tinha o cabelo pintado de azul, apesar de ser um objectivo, pelo que Crosby tinha; na vida actual não encontrava, em Portugal, indumentária da marca *Momentum*, mas, uma vez que o videogame dispunha de inúmeras peças de vestuário dessa marca, esquematizava a roupa de Crosby de acordo com aquilo que eu gostaria de possuir. Reina, assim, a “rentabilidade que contém os sonhos, as ficções e as emoções humanas” (Lipovetsky, G., et Serroy, J., 2014 [2013], pp. 141).

O apelo substancial do videogame reside na capacidade de nos presentear com a possibilidade virtual de realizar desejos, ficções narrativas, ou personalizações que, de outra forma, seriam impossíveis. Dispondo de uma gama de opções pré-estabelecidas pelos designers do videogame, eu enquadrava os meus gostos de modo a criar um “avatar” que me representasse fidedignamente no mundo virtual. Ocorre um processo de diálogo entre dois mundos – o mundo jogável e o mundo não-jogável -, através do qual realizamos acções e fantasias outrora não realizáveis. No quotidiano era eu, mas no *Skate*, ainda que por breves momentos, era Crosby, o profissional que eu nunca seria, de cabelos longos e tábuas que nunca conseguiria obter.

O campo jogável que eu tanto apreciava era-me dado já construído, detentor das regras e possibilidades de manobras, escolhas e opções. Ou seja, não era, de todo, um campo virtual que eu pudesse ir construindo à medida que jogava; eu era, não obstante a liberdade de jogabilidade, um consumidor semi-passivo da arena jogável que me era apresentada. Esta noção de que o espaço virtual dos videogames já está construído quando o utilizador o integra é nodal na concepção tanto do espaço de estudo, como na sequência lógica argumentativa que irei apresentar. Se, por um lado, a existência pré-concebida do espaço limita – e orienta – a acção do jogador, também irá condicionar a observação do antropólogo, na medida em que o espaço de pesquisa é-nos dado, não somos nós que o delineamos, ainda que, contudo, a pesquisa não se limite ao espaço virtual. Isto, naturalmente, implica a imersão de quem pesquisa videogames na arena de jogo destes de modo a compreender o efeito que estes produzem sobre os utilizadores, há que ter em consideração o cenário jogável e o modo como este condiciona as acções e dinâmicas dos utilizadores.

Nessa medida torna-se crucial ter em consideração o aspecto tecnológico do videogame, sendo que este é um produto material tecnológico, e como tal, insere-se numa retórica de elementos culturais com a capacidade de influenciar, em larga escala, o imaginário dos utilizadores. Ao longo das entrevistas que realizei – e, igualmente, numa introspecção cuidada enquanto jogador de longa data – compreendi que o videogame é, não só um instrumento de entretenimento, mas também um “local”, uma área virtual e jogável, conectada pelo “hardware” da consola a nós, enquanto utilizadores humanos, em que a salvaguarda da ficção nos embrenha e protege da realidade, tal como um livro o faz. A diferença, à primeira vista, entre um videogame e um livro é a de que um é um produto de escrita, de criatividade, e o outro um objecto visual e que insere nos vastos parâmetros do entretenimento hipermoderno e nas retóricas de pesquisa tecnológica. Esta comparação será uma vertente que irei desenvolver ao longo do trabalho, tanto pela sua utilidade, como pela força

metafórica; neste momento é, antes de tudo, preciso contextualizar historicamente a evolução dos videojogos nas mais recentes décadas.

O poeta e cantor francês, Léo Ferré, na música “Préface” do álbum “*Il n’y a plus rien*” (1973) profere que “*nous vivons une époque épique et nous n’avons plus rien d’épique ... On vend la musique comme on vend le savon à barbe*”, denotando claramente a prevalência da força do mercado de massas, de uma produção musical cada vez mais global. Nos dias correntes, a produção de videojogos constitui um dos maiores mercados globais, e o acto de jogar é tanto cultural, como económico ou social. Um veículo para comunicar, disfruta em grande medida dos meios tecnológicos que possibilitam o estabelecimento de um imaginário cultural (Appadurai, Arjun, 1996) comum, de uma cultura-mundo (Lipovetsky, G.; Serroy, J., 2014 [2008]) na qual a esmagadora maioria dos jogadores se entende recorrendo ao objecto cultural do videojogo, ultrapassando as barreiras culturais, sociais, geográficas, e, em certas ocasiões, linguísticas.

Constituo como fulcral, senão mesmo basilar, questionar “*can we identify the essential and fundamental elements of video games?*” (Robinett, W., 2003, foreword, xii). Não obstante a formulação mais direccionada para a vertente de produção e design por parte de Warren Robinett (2003), desejo aprofundar e explorar outras vertentes do videojogo. Em que medida este objecto é um factor social, económico e cultural? De que forma é que o jogador se revê na narrativa do videojogo? Em que medida as reflexões que os utilizadores produzem em relação ao videojogo são, ou não, cruciais para o desenvolvimento do videojogo? Qual a retórica afectiva latente nos videojogos, e como é que esta se desenvolve? E quais as características dos videojogos multijogadores online, do mundo que é construído num espaço virtual? Poderão partes constituintes deste mundo recorrer a estratégias sociais para influenciar o dispêndio financeiro por parte dos jogadores com “itens” ou “goodies”, em processos de “micro transactions”? Num mundo mercantilizado, quais as implicações destas construções sociais virtuais no jogador, enquanto Homem?

Uma das grandes virtudes da obra “*Ensaio sobre a Dádiva*” (2015 [1950]) da autoria de Marcel Mauss, é a construção de um universo relacional entre as vertentes económicas, culturais, sociais, e religiosas, demonstrando-nos que as trocas estabelecidas entre humanos não são lineares, mas o produto de um complexo sistema. Também os videojogos e os seus mundos jogáveis são mais profundos do que aparentam; quais as implicações que tal produzirá nas nossas relações, enquanto jogadores e consumidores?

1.2 – História de um videojogo

Estruturar uma teoria ou hipótese implica, obrigatoriamente, uma contextualização histórica do objecto (ou produto) que estudamos. Os primórdios dos videojogos, enquanto objecto de entretenimento e conceito que percebemos actualmente pode ser, historicamente, remetido para o início da década de 1970².

² - O primeiro videojogo, de acordo com múltiplos teóricos e críticos, foi o *Spacewar!*, datado de 1962, produzido por um conjunto de estudantes do MIT. A partir da década de 1950 múltiplos videojogos foram concebidos dentro de um parâmetro académico, mas só *Spacewar!* é que viria a ser comercializado, ainda que a

Warren Robinet (2003) menciona que *“the enabling technology (computers and computer graphics) become cheap enough to reach consumers in the 1970s”* (foreword, ix), reiterando o facto de que primeiro foi necessário desenvolver-se uma tecnologia apropriada e acessível o suficiente (para ser comercializada em grande volume); só a partir deste momento é que, de acordo com os parâmetros do trabalho proposto, se torna possível proceder a um estudo do videojogo enquanto objecto cultural, tanto numa perspectiva material, como teórica. Esta vertente de análise torna-se central aquando do estudo dos videojogos e respectiva narrativa, pois é necessário – senão obrigatório – ter em consideração a tecnologia disponível e o local geográfico onde o acto de jogar se desenvolve. Ao contemplarmos o conjunto de intrínsecas relações que daí fluem, é então possível entender a evolução do acto de jogar e as suas implicações na sociedade.

Referindo-se à etnografia digital e às práticas desta forma de investigação, Elisenda Ardèvol e Edgar Gómez-Cruz (2014) teorizam as relações entre *“ethnographic method and Internet studies”* (pp.3) em *“three diferente approaches we may define as follows: virtual ethnography or ethnographies of cyberspace, connective or online/offline ethnographies and ethnographies in everyday life”* (pp.3). Acrescentando que *“these diferente approaches evolve parallel to the diferente Internet development periods* (Ardèvol, E., et Gómez-Cruz, E., 2014, pp.3)”, percebe-se que o próprio método de estudo dos “new media” – em que se insere o estudo dos videojogos - é construído com base na evolução histórica das tecnologias e da sua utilização, tanto como médio, como objecto de produção e reprodução, reforçando a necessidade de uma contextualização histórica apropriada dos videojogos. Com estas diferentes abordagens em mente, remeto o enquadramento histórico que desejo formular para a noção de que o objecto é um meio através do qual se perspectivam e se constroem as relações sociais e económicas, uma abordagem distinta à metodologia de teor “new media”³, veiculada por autores como Ardèvol (2005, 2005(2), 2006, 2007, 2009, 2014,) e mais próxima à abordagem material de Miller (2001[2000]). Só assim é que é possível desconstruir o videojogo enquanto objecto e definir como é que, em cada momento tecnológico, o seu uso influenciou o ambiente social em que se insere, e de que modo é que os jogadores se comportavam em resposta às dinâmicas de jogo.

Seguindo esta retórica, define-se o primeiro momento histórico aquando da introdução dos chamados *“coin-op games”*, videojogos cuja utilização recorre à introdução de moedas numa ranhura, que depois permitirá desfrutar do entretenimento por curtos períodos de tempo: *“the early 70’s, the dominant form of vídeo games was the ‘coin-op’ (coin-operated) game, which was placed in bars and pinball-machines arcades, and paid for by a stream of quarters from the pockets of the players”* (Robinet, W., 2003 , foreword ix). As máquinas de jogo “coin-op” são máquinas

um nível incrivelmente baixo – comparativamente com a actualidade – muito devido à falta de tecnologia e custo da mesma.

³ - Ao referir este tipo de abordagens englobo objectos de estudo como os videojogos, a Internet, e as práticas desenvolvidas com recurso à Internet, como *blogging*.

actualmente caídas em desuso⁴, remetidas para o nosso imaginário cultural como tecnologia arcaica, restaurada pelas consecutivas vagas vintage da moda. Foram precisamente as propriedades físicas destas máquinas que formataram a própria utilização do videojogo e as implicações que este teve no tecido sócio-económico que lida com este objecto⁵: a sua utilização requeria um espaço geográfico pré-estabelecido, um local pré-designado ao jogo⁶, à prática de uma competição. Ou seja, existia um local, um espaço físico, em que tanto as máquinas com os seus utilizadores se concentravam e jogavam. Esta implicação espacial influencia a maneira como o objecto do videojogo é utilizado e encarado. Baseando-me no estudo de Sophie Chevalier (2001 [1997]) sobre os jardins frontais e traseiros ingleses e as relações que cada um desenvolvem com a identidade e imagem projectada da família⁷, caracterizo o espaço onde se localizam as máquinas de videojogos como um local em que se constroem e confrontam várias identidades, desempenhando o jogo o papel de mediador e instigador, simultaneamente. O videojogo, pelas suas propriedades inerentes de competição a dois níveis⁸, é o catalisador de relações entre os intervenientes no espaço físico: os jogadores competem entre si naquele espaço, reúnem-se naquele espaço, utilizam-no tanto como ponto de encontro, como local de entretenimento.

É neste contexto físico que se desenvolve a competição entre jogadores e as suas implicações; tendo em conta os parâmetros económicos dos “*coin-op games*”, eles necessitavam de ser rápidos e viciantes, sendo que parte da sua atracção residia na dimensão competitiva e de entretenimento. Deste modo a competição era tanto o objectivo último do jogo, como um processo que alimentava o dispêndio de moedas por parte dos jogadores. Alia-se a isto o facto de o videojogo ser curto em termos temporais, pelo que era necessário um instigador ao contínuo dispêndio de moedas. O videojogo era o produto pelo qual se pagava, e a competição e o desejo de registar o

⁴ - Relativamente aos videojogos estas máquinas já são raras, mas ainda são largamente utilizadas em ambientes como casinos.

⁵ - Relativamente ao tecido, ou sociedade, cujas origens estão no conceito de videojogo, Warren Robinnet (2003) menciona que “*the players, the designers, the critics and the theorists are natural members of a healthy ecosystem*” (foreword, ix), designando os intervenientes. Mais à frente irei apresentar uma actualizada listagem dos intervenientes no ecossistema do mundo dos videojogos.

⁶ - Uma descrição apropriada destes locais é encontrada na obra de Rehak (2003): “*the comercial space of the arcade – whose darkened interiors were raucous with robotic sounds and strobe-lit by video explosions – was like a large-scale, physical analog of video games themselves*” (pp. 114-115).

⁷ - Neste caso de estudo, o jardim frontal corresponde à imagem que a família deseja transmitir ao exterior, aos vizinhos, sendo o jardim interior reservado à prática diária, às plantas mais “pessoais”. Aqui a sala de jantar e a cozinha desempenham um papel crucial, enquanto espaços mediadores da identidade externa e interna da família.

⁸ - Os níveis de competição são os seguintes: homem-máquina e homem-homem. A primeira baseia-se na ideia de vencer o jogo, a segunda no desejo de atingir o melhor resultado na tabela, os chamados “*highscores*”, que constituem os resultados individuais de cada jogador. De notar que estes “*highscores*” são de cariz público. No caso de jogos que não recorram a “*highscores*”, como é o caso de simuladores de corridas, os jogadores competem uns contra os outros sendo o vencedor declarado instantaneamente, não sendo necessário um registo de tabela.

melhor resultado - exponenciado pela convivência física com outros jogadores e rivais – os instrumentos mais importantes ao estudar e perspectivar o sistema sócio-económico que floria em redor dos centros de jogo. As máquinas “*coin-op*” definem assim, como é que o videojogo estrutura o espaço e as relações entre jogadores. Num espaço definido para jogar, um local onde as relações têm como base e mediador o videojogo, é possível argumentar que, a competição inata do videojogo aliada à proximidade espacial com o rival, propiciava o dispêndio de moedas, e por sua vez eram importantes factores, tanto a nível económico, e, inclusive, na própria experiência de jogo, influenciado a forma como o videojogo era pensado.

O segundo momento histórico surge, pois, através de uma mudança de paradigma de pensar o videojogo:

“when home video game consoles, which could be purchased by individual consumers, became the dominant form in the late 1970, a rapid change occurred in video games. This change was driven purely by economics. Coin-op games existed in order to suck quarters out of the pockets of players; the games had to be exciting, yes, but they could not be long. Typical coin-op games lasted two or three minutes. But for a consumer who had already paid \$200 for his Atari 2600 video-game console and \$25 for a game cartridge, games that took an hour or more to complete were not only permissible, but good. The phrase was ‘hours of play-value’” (Robinett, W., 2003, foreword, ix).

A evolução teve duas componentes fulcrais: a existência de uma tecnologia que permitisse o videojogo pessoal (versus o mais público dos “*coin-op*”), associada à deslocação geográfica da consola de um bar ou centro de jogos para o interior de uma casa, e o início do desenvolvimento do videojogo enquanto uma complexa narrativa, um jogo repleto de possibilidades e horas de entretenimento⁹.

As implicações de uma mudança geográfica são inúmeras. A existência de um espaço público designado para os videojogos implicava a utilização deste, também, como local de encontro; a casa passa agora a ser o local onde os amigos se reúnem caso queiram jogar¹⁰. A nível económico a mudança é, como mencionei anteriormente, tremenda; começando pelo preço a pagar pelo prazer de jogar, ao conceito de lucro¹¹, até às implicações que isto terá a nível social, pois o fenómeno competitivo possibilitado pela coexistência física deixa de existir. O carácter

⁹ - A propósito desta mudança, Warren Robinett (2003) refere que os “*coin-op games*” deram origem à catalogação dos videojogos de acordo com o género: “*shooter*”, “*racing games*”, “*side-crollers*” ou “*sports sims*”. Autores como Mark J. P. Wolf (2003), Alison McMahan (2003), Miroslaw Filiciak (2003), Bob Rehak (2003) e ainda Torben Grodal (2003) acrescentam que, por esta altura, foi possível ainda criar videojogos 3-D, os quais transformaram o conceito de imersão na aumentada narrativa.

¹⁰ - Em quase todas as entrevistas foi-me explicado que, durante a infância, os jogadores visitavam os amigos, ou eram visitados pelos amigos, de modo a jogarem juntos, trocarem videojogos, ou discutirem as notícias relativamente os novos lançamentos. Tal como se emprestam discos, ou se ia a casa de um amigo ouvir determinado disco – isto em plena era do vinil – também os videojogos vão ser alvo desta prática cultural, de uma circulação do objecto muito próxima do conceito de circulação de Mauss (2015 [1950]).

¹¹ - Aqui refiro-me à mudança de conceito de lucro como resultado da mudança de “*coin-op*” – ganhos de moedas – ao pagamento de quantias maiores pelo videojogo e pelo sistema tecnológico que possibilita jogar. Proceder-se a uma multiplicação do objecto lucrativo; de umas moedas para um videojogo passa-se a cartuchos e sistema de consola.

competitivo altera-se de uma noção de competição por objectivos (“*highscores*”) para uma competição por posse – quem tem mais jogos, quem tem determinado jogo, quem possui a consola mais recente¹². Aqui a obra de Marcel Mauss (2015 [1950]) sobre a dádiva apresenta algumas considerações interessantes. Mauss refere, relativamente aos Andamans, que “*havia uma espécie de rivalidade entre quem podia dar a maior quantidade de objectos possível do maior valor possível*” (pp.90); um fenómeno semelhante ocorre relativamente à posse de videojogos, na qual a acumulação deste objecto é simbólica das possibilidades económicas do jogador, e por extensão das possibilidades da sua família – no caso de ser um jogador menor de idade, por exemplo. Ou seja, ao passo que, no exemplo de Mauss (2015 [1950]) a força económica era demonstrada pelo processo social de dar, de oferecer, no mundo contemporâneo das consolas “indoors” o prestígio é atribuído de acordo com a colecção e o seu apelo aos demais. Vários entrevistados recorrem à expressão “o jogo fixe”, qualificando não só o objecto, mas também expondo as consequências sociais de possuir tal videojogo, elevando a experiência de confraternizar para um nível de pessoa apelativa, pessoa detentora de riquezas ou de um cariz em particular.

Através da análise da sua teoria de circulação dos objectos, baseada na obra de Malinowski (2014 [1922]) – o kula¹³ - podemos estabelecer um paralelo com o objecto do videojogo, no sentido em que é um produto, uma mercadoria, que circula pelas casas de jogadores amigos, criando laços e aprofundando amizades, e provoca a deslocação geográfica de pessoas (ou grupos de pessoas) para jogarem juntas, conviverem, e, em certa medida, celebrarem o videojogo em conjunto. A capacidade do videojogo expande-se, tornando-o passível de constituir teias de relações sócio-económicas, competições entre jogadores, e, porventura mais importante, moldar a noção de posse de um videojogo, instaurando-a de forma particularmente idêntica à de posse material. O videojogo torna-se, nesta época, num objecto cultural, num factor constituinte da cultura material, tal como Daniel Miller preconiza em “Material Cultures: Why Some Things Matter” (2001 [1997]), pois é através da posse e da troca deste objecto que se constroem inúmeras teias sociais, é através da sua partilha e da sua experiência – enquanto objecto material – que múltiplas pessoas se conectam, e produzem as suas hierarquias – ou perspectivas sobre hierarquias – socioeconómicas.

O terceiro momento histórico dos videojogos ocorre precisamente em 1983, por

¹² - Este tipo de competição vai ser, igualmente, alterada mais tarde, pela introdução de perfis e espaços sociais associados à utilização da consola. Por exemplo, a consola “*Playstation 4*” estabelece um perfil de utilizador para nós, semelhante ao perfil de utilizador de computador, no qual cada videojogo dispõe de uma lista de troféus a serem ganhos através da execução de determinadas acções. A partilha de perfis, como se de uma rede social se tratasse, implica, pois, a competição entre utilizadores da consola através da quantidade de troféus colecionados.

¹³ - Relativamente ao kula, Marcel Mauss (2015 [1950]) escreve: “*o kula é uma espécie de grande potlach; veiculando um grande comércio intertribal, estende-se sobre todas as ilhas Trobiand, sobre uma parte das linhas de Entrecasteaux e das ilhas Amphlett ... que sem dúvida quer dizer círculo; e com efeito, é como se todas essas tribos, essas expedições marítimas, essas coisas preciosas e esses objectos de uso, essas comidas e essas festas, esses serviçoes de todas as espécies, rituais e sexuais, esses homens e essas mulheres, fossem apanhados num círculo e fizessem em torno desse círculo, o tempo e no espaço, um movimento regular*” (pp.92).

motivos nefastos. No ano de 1983 dá-se o grande “*crash*” do mercado¹⁴ dos videojogos que foi influenciado por quatro factores basilares, sendo a principal causa a saturação do mercado. Os restantes factores foram a inflação¹⁵, a perda dos direitos de publicação por parte de algumas das maiores empresas, e por fim a competição por parte dos computadores de casa, face às consolas de videojogos¹⁶.

Esta recensão vem, em grande medida, moldar o panorama da produção e venda de videojogos, sendo que o mais importante resultado desta é a introdução, por “*soft launch*”¹⁷ do NES (Nintendo Entertainment System), considerada, pela IGN¹⁸ como o sistema de consola de casa com mais sucesso da história. Outra repercussão da recessão foi o fim abrupto daquilo que é denominado como a segunda geração de consolas de vídeo¹⁹.

Relativamente ao terceiro momento histórico e às suas implicações económicas, recorro à obra de Gilles Lipovetsky e Elyette Roux, (2013 [2003]) para apresentar algumas considerações. De acordo com estes autores, o luxo²⁰, tal como a dádiva (Mauss, M., 2015 [1950]) é um componente com repercussões e características sociais, económicas, hierárquicas e religiosas. Ao longo da história, o luxo foi alvo de múltiplas abordagens; numa perspectiva histórica, inicialmente, o luxo caracteriza-se por um severo – e público - dispêndio: “*é para poder mostrar-se munificentes que os cavaleiros pilham e roubam, não para acumular ou favorecer o desenvolvimento da economia: o código do esbanjamento improdutivo está em primeiro lugar*” (pp.41). Acrescentado que “ser nobre, é viver numa excelente situação, esbanjar, queimar as riquezas; não ser um mãos largas é estar condenado à decadência” (Lipovetsky, G.; Roux, E., 2013 [2003], pp.41), denotamos as evidentes semelhanças com obra de Marcel Mauss (2015 [1950]), particularmente na noção de potlach das tribos índias do

¹⁴ - O “*crash*” dos videojogos é também denominado de “*Atari shock*”, e foi uma enorme recessão de mercado que durou entre 1983 e 1985.

¹⁵ - Relativamente a este factor convém mencionar que, parte, se deveu ao custo de produção da moeda “*quarter*” nos Estados Unidos, utilizada para os “*coin-op games*”. Tal como a moeda de um cêntimo europeu, o custo de produção do instrumento monetário excede o seu valor teórico.

¹⁶ - Curiosamente, ainda hoje se procede a este debate. A questão central prende-se com o preço das consolas relativamente ao dos computadores, sendo que o computador, à época, possibilitava um leque muito maior de opções que uma consola de videojogos, logo compensava mais o investimento. Hoje, graças aos avanços tecnológicos e à Internet, as consolas de videojogos constituem autênticos computadores pessoais, incapazes unicamente de servir como máquinas para escrever trabalhos ou relatórios.

¹⁷ - “*Soft launch*” é uma técnica de mercado que consiste na venda antecipada do produto a um número reduzido e exclusivo de compradores, de modo a obter opiniões prévias ao lançamento oficial.

¹⁸ - IGN é uma empresa norte-americana, sediada em São Francisco, de videojogos, “*new media*” e entretenimento. É um dos componentes do ecossistema dos videojogos, como proposto por Warren Robinett (2003), assumindo o papel de crítico e jornalista.

¹⁹ - De salientar que, para efeitos desta tese, a divisão histórica que eu faço é baseada nas implicações sócio-económicas do videojogo enquanto objecto. Paralelamente a esta divisão existe uma linhagem temporal de sucessivas gerações de consolas de vídeo, a qual se prende com o desenvolvimento tecnológico e de capacidade de jogo destas.

²⁰ - Sobre este tópico ver ainda a obra “A Sociedade da Deceção” (2014 [2006]), de Gilles Lipovetsky.

noroeste americano; aqui também se “queima” para demonstrar riqueza e poder, para nos equipararmos e hierarquizarmos. São, em certa medida, formas de arranjo social. Contudo, na mesma linha temporal que a recessão do mercado dos videojogos surge um outro conceito de luxo: um luxo, que para além de personalizado²¹, é também produzido em massa, orientado de acordo com as regras do mercado²² e do mais barato, uma democratização do luxo:

“o desejo irresistível e comprar e os ‘bons negócios’ substituíram a troca cerimonial recíproca ... nos tempos democráticos, o luxo combina-se com o ‘barato’, o excesso com o cálculo económico, o esbanjamento com o indispensável, a vertigem com excitações e distrações quotidianas do shopping. Já não se trata do culto nobre da despesa sumptuária, mas a da posição social, do conforto, da felicidade privada das senhoras e homens” (pp. 56).

Curiosamente, e não obstante esta nova visão do luxo, Elyette Roux (2013 [2003]) evidencia que é precisamente na década de 80 “*onde se assiste a uma rápida subida de um excessivo consumo individualista e a uma afirmação das marcas de luxo*” (pp. 143). Este incremento de consumo, aliado às noções de diferenciação (Baudrillard, J., 1978 [1968]) e de distinção (Bourdieu, P., 1985 [1979]) conduzem a uma “*lógica de identificação-diferenciação em relação a grupos ou numa lógica de distinção de classe*” (Lipovetsky, G.; Roux, E., 2013 [2003], pp. 144), ou seja “*o produto era apenas um meio de acesso à marca e à sua exibição social*” (Lipovetsky, G.; Roux, E., 2013 [2003], pp. 145).

Colocados estes argumentos, uni-los à noção de posse agora vigente no mundo dos videojogos reforça o cariz social e económico deste. Transforma-se num objecto de, em certa medida, luxo, pois possuir videojogos – ou um vasto leque/colecção – caracteriza-nos, distingue-nos dos nossos amigos, cria clivagens entre quem retorna a casa para ir jogar e quem se desloca a casa de terceiros para jogar. Há uma correlação evidente entre a mudança de espaço geográfico do acto de jogar e a sua valorização enquanto posse material; aliado a uma subida de preço e complexidade narrativa, o videojogo torna-se, a partir deste momento, um objecto de maior valor, mas não de maior destaque, uma vez que a fulcral característica dos videojogos só é desenvolvida a partir do quarto momento histórico.

O quarto momento histórico, e, de acordo com a divisão que realizo, o último, caracteriza-se pelo surgimento da Internet, ou World Wide Web, e a consequente junção entre videojogos e a tecnologia necessária para desenvolver “*online multiplayer games*”. É, partir desse momento, que os videojogos assumem o seu

²¹ - A personalização do luxo surge aproximadamente um século antes, a partir dos meados do século XIX: “*o produto do luxo personalizou-se, passa a ter, a partir de agora, o nome do costureiro ou de uma grande casa e não de um alto hierarca, ou de uma zona geográfica. Já não é somente a riqueza do material que constitui o luxo, mas aura do nome e renome das grandes casas, o prestígio da marca, a magia da marca*” (Lipovetsky, G.; Roux, E., 2013 [2003], pp. 52 – 53)

²² - Relativamente à influência do mercado na conceptualização do luxo, Gilles Lipovetsky (2013 [2003]) escreve que “*é cada vez mais o pólo económico e financeiro que domina, impondo a sua lei ao desenvolvimento dos produtos, às compras e vendas das marcas, à introdução em bolsa com o objectivo de obter margens de lucro com dois algarismos. À idade sublime-artística sucedeu o seu momento hiper-realista e financeiro no qual criação e pesquisa de grande rentabilidade se tornaram inseparáveis*” (pp. 58).

potencial enquanto instrumentos que unem grandes distâncias através do entretenimento e das narrativas virtuais.

O tipo de videojogo que, na opinião de vários utilizadores, melhor explora esta união são os MMORPG²³, pois “*them games make sense only when people are joined through it (albeit by cooperation or competition). The games require interpersonal interaction and, as experience shows, MMORPGs are in principle one more medium in which to communicate*” (Filiciak, M., 2003, pp. 87). O meu objecto de estudo incidirá, maioritariamente, neste tipo de videojogos, pois, para além de constituírem autênticos meios de comunicação²⁴, são também meios de produção, interpretação e re-interpretação do conceito de identidade do jogador, como elemento dinâmico, transversal ao espaço jogável e não-jogável, e inerente ao diálogo entre o actual e o virtual. Isto deve-se, em grande parte, à capacidade dual do videojogo de ser um meio de comunicação e construção de uma cultura colectiva imaginária (Appadurai, A., 1996), e às narrativas da história do próprio videojogo²⁵. Aqui a Internet assume um papel crucial na reconsideração das capacidades do videojogo, uma vez que esta nos permitirá estabelecer uma renovada – e inovadora – teia de relações e dinâmicas sociais, culturais, económicas, afectivas e, inclusive, identitárias. É sobre estas dinâmicas que o presente trabalho se irá debruçar, sendo, antes, necessário definir teoricamente não só o conceito de videojogo, mas também os parâmetros de análise a serem estudados, tendo como campo de estudo os videojogos – espaço de estudo, o campo de pesquisa-, principalmente do tipo RPGs e MMORPGs, pois são aqueles onde melhor se denotam as dinâmicas que pretendo explorar. O motivo pelo qual são estes os géneros de videojogos pelos quais opto prende-se não só com as estruturas do videojogo – que melhor evidenciam os processos sociais, culturais e económicos – mas também com a própria formatação dos modelos de jogo, os quais permitem às companhias explorar e intensificar supra-citadas teias de relação e dinâmicas entre utilizadores. Saliento ainda que a construção teórica que se segue, ainda que verificável no largo espectro dos géneros de videojogo, é mais evidente nos géneros que constituem o âmago do meu trabalho, em particular no videojogo que constitui o fulcral da presente tese: “*Final Fantasy XIV : A Realm Reborn*”. Não obstante, nos casos em que a construção teórica não é totalmente aplicável, existem sempre retóricas parciais capazes de serem transpostas ou adaptadas, tal como será o caso de determinadas vertentes da análise contextual – latente no capítulo II -, teoria afectiva ou conceitos como “engagement”. A vasta maioria dos videojogos partilha de reflexões presentes nestes campos supra-mencionados.

²³ - MMORPG é a sigla que designa “*massively multiplayer online role-playing games*”.

²⁴ - Enaltecendo esta característica, Miroslaw Filiciak (2003) acrescenta que “while they may seem “bizarre” in comparison to telephone or e-mail, their growing popularity clearly shows that people to whom communication with others comes more and more difficult in the real world, communicate eagerly in a virtual world ... last but not least the argument for the special position of MMORPGs is that they constitute a sort of experimental arena in which we can watch mechanisms that, along with the development of sophisticated communication technologies, will increasingly be found in our daily lives” (pp. 88).

²⁵ - O argumento é que, tal como nos relacionamos com a narrativa de um livro, também iremos criar relações várias com as personagens, histórias e características de um videojogo.

1.3 – Videojogo, práticas de media e “engagement”

Por necessidade esclareço inicialmente o termo “videojogo”, e de que forma o emprego. No artigo “*Videogame as Media Practice: An Exploration of the Intersections Between Play and Audiovisual Culture*” (Roig, A., et al, 2009) os autores explicam que “*our aim... is to explore videogames as new media practices*”, apesar de que “*many authors have approached videogames as cybernetic, aesthetic or narrative systems*”. A panóplia de perspectivas sobre o videojogo inclui ainda abordagens psicanalíticas²⁶, como uma experiência sensorial²⁷, como uma performance²⁸, ou ainda através de noções lúdicas²⁹. Não obstante estas perspectivas válidas, creio necessário explorar o videojogo enquanto objecto material, com a capacidade de estruturar um mundo jogável onde o jogador actua sobre a forma de um avatar, uma arena virtual dentro do seu contexto visual e narrativo, sendo que este estará interligado – por vários motivos – ao físico, ao não-jogável em que o utilizador habita. Porventura uma das maiores problemáticas no processo de estudo de videogames reside no facto de a definição de videojogo ser ambígua, não em relação ao objecto material em si, mas quanto ao modo de interpretar o seu impacto e funcionamento teórico³⁰

Um videojogo é um jogo-vídeo, ou seja, requer uma consola, um monitor, e um comando, que pode assumir a forma de “*controller*”³¹, ou de rato e teclado de computador. Através destes, jogador irá dar ordens à personagem do jogo, movimentando-o, orientando-o. Posto isto, a abordagem que irei realizar compreende uma “*subject-oriented perspective within a theory of practice framework*” (Roig, A., et al, 2009), aliada à teoria de cultura material (Miller, D., 2001 [1997]), permitindo-me unir tanto a perspectiva do jogador – fora e dentro do mundo do videojogo – como a utilização do videojogo e os seus elementos. Teorizando simultaneamente o jogador enquanto produtor e consumidor, e o videojogo enquanto objecto e alvo de consumo, poderei descrever e compreender as dimensões das implicações que o acto de jogar

²⁶ - Rehak, Bob, (2003), “Playing at Being: Psychoanalysis and the Avatar”

²⁷ - Grodal, Torben, (2003), “Stories for Eye, Ear and Muscles: Video Games, Media, and Embodied Experiences”

²⁸ - Eskelinen, Markku; Tronstad, Ragnhild, (2003), “Video Games and Configurative Performances”

²⁹ - Frasca, Gonzalo (2003), “Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology”

³⁰ - Esta dificuldade é bem presente na obra de Torben Grodal (2003). Considerando a obra de Brenda Laurel – que interpreta os videogames sob uma visão de teatro estrutural -, o autor dinamarquês escreve que “*such descriptions have some advantages, but also problematic consequences, because phenomena such as “story” or “narrative” are then only defined in relation to their media realizations, not by their relation to unmediated real-life experiences and those mental structures that support such experiences*” (pp. 129).

³¹ - Termo utilizado para denominar o comando de consolas como a Playstation ou a Xbox. Normalmente está associado a consolas que necessitam de ligação a um aparelho televisivo, pois o computador usa, por norma, o teclado e o rato como controladores.

assume, tanto no mundo actual, como no mundo virtual³². “*Considering the videogames as a media practice, thus, would imply not only attending to videogame consumption (or the practice of playing games), but also to how the gaming practice is related to other media practices and how it is socially organized*” (Roig, A., et al, 2009), creio que não se configura como uma abordagem completa. Os videojogos primeiro devem ser estudados enquanto objectos produtores de uma teia de construções e dinâmicas sociais, e só depois de compreendermos estas formações é que as poderemos correlacionar com as restantes práticas de media³³. Por deprender que as práticas de media associadas aos videojogos advêm, ou são influenciadas pelo videojogo e os seus constituintes, é que proponho uma análise inicial às dinâmicas de jogo, tanto simbólicas como práticas; só após esta análise é que é possível compreender devidamente as práticas decorrentes do acto de jogar, ou da paixão de jogar. Por outras palavras, se compreendermos a essência do jogar um videojogo e das dinâmicas subsequentes, então a análise das práticas associadas a tal não serão mais que formulações incompletas, ou, em última instância, deslocadas face a realidade do utilizador³⁴.

Aprofundando esta lógica, advogo, pois, que o videojogo e as suas características intrínsecas formam um diálogo dinâmico com o mundo físico, e não uma dualidade, nem tão pouco uma dicotomia, tal como advoga Tom Boellstorff (2012). O motivo pelo qual assim o argumento é que, face os mecanismos de produção de identidade cultural presentes nos videojogos e as implicações económicas por parte dos jogadores torna-se teoricamente errado dissociar ou sobrepor estes dois mundos materiais: existe, antes, um diálogo, uma dinâmica que os torna homólogos. Não obstante, e porventura paradoxalmente, os videojogos necessitam de uma barreira entre o actual e o virtual, a qual é imposta fisicamente, pela impossibilidade de entrarmos pelo ecrã dentro³⁵. É esta separação entre elementos que lhes confere, em certa medida, a possibilidade de não serem unicamente um objecto, mas sim um local, um mundo material distinto, uma arena jogável e uma sociedade com dinâmicas particulares, tornando-os tão “*engaging*”³⁶. Os videojogos retêm um mundo jogável à

³² - O dualismo real/virtual é aqui utilizado em deterioramento do online/offline, como proposto por Daniel Miller (2001 [2000]). O motivo pelo qual opto pela primeira terminologia, e não pela segunda, é que as acções e escolhas no mundo virtual terão implicações no mundo físico (nomeadamente a nível económico) e vice-versa. Dada a origem etimológica dos termos online e offline, que implica conexão e desconexão, não considero correcto aplicar conceitos que fracturem aquilo que pretendo que seja um contínuo.

³³ - As práticas de media constituem um vasto campo, mas relativamente aos videojogos erradicam nas produções de vídeos tutoriais, “*streaming*”, criação de “*mods*” – modelos alternativos para certos campos do videojogo, elaborados por fãs, profissionais ou não – e, por ventura, os E-Sports, ou desportos electrónicos.

³⁴ - Denota-se, igualmente, a dupla funcionalidade da abordagem: compreender a perspectiva do utilizador, considerando o videojogo como um produto e um meio em si mesmo.

³⁵ - A união entre os dois mundos pode ser feita, em certa maneira, através de videojogos como o *Pokemon Go*, no âmbito da tecnologia de “*augmented reality*”, ou realidade aumentada. A tecnologia de realidade virtual também terá o poder de atenuar este tipo de barreiras físicas.

³⁶ - O termo “*engaging*” não será traduzido no presente trabalho por considerar que a tradução portuguesa do termo não reflete devidamente a força e a dimensão do conceito; “*engaging*” é utilizado como um sinónimo de uma imersão mais profunda, uma mistura entre realidades, uma concentração acima do normal que roce a dissociação, sem que esta seja nociva.

parte da realidade, o qual, por sua vez contém elementos do mundo actual³⁷, estruturas, hábitos³⁸ e práticas. O “poder” do videojogo é esse, o de ser um mundo virtual que replica a realidade, mas sem a induzir; ele permite a consciencialização de que somos feitos de carne, mas que há uma parte de nós que deseja algo impossível, de teor fantasioso, abrindo caminho para “jogar” essa fantasia. Ao quebrar esta barreira estamos a destruir o balanço/equilíbrio entre o físico e o virtual, obliterando, igualmente, a própria essência do videojogo, essa fantasia tornada campo maleável, passível de instrumentalizar sob os comandos de um “*controller*”.

A necessidade fulcral desta barreira reside na ideia de que, na ausência desta, os processos de produção identitária - mediados pelo videojogo – e os gastos económicos derivados – produto dos habitus constituintes do mundo virtual – não se verificam, ou, verificam-se em menor escala. Por exemplo, numa abordagem do videojogo como elemento de prazer corpóreo³⁹, como é o caso da consola Wii, torna-se impossível teorizar devidamente as estruturas e meios, pois, o âmago, o objecto de estudo não é o videojogo em si, mas o corpo e a performance. Posto isto, esta abordagem resume-se a uma forma de pensar o videojogo, e não uma teoria sobre o videojogo, pois a maneira mais representativa de pensar o acto de jogar é aquela que melhor expressa a relação jogador-videojogo, e aqui intervêm as características intrínsecas do videojogo em si, e não apenas do corpo, do movimento deste e elementos performativos. Apesar de ser uma abordagem necessária, não deve ser considerada como representativa da totalidade – ou maioria – das dinâmicas dos videojogos.

Outra característica fulcral da noção de videojogo é a própria ideia de “play” (Huizinga, J., (1980 [1949]), e em que esta consiste. Um videojogo tem regras, e o cumprimento ou não cumprimento afectam o desempenho do jogador. É, igualmente possível, afectar os hábitos de jogo do jogador por via da manipulação e construção do espaço virtual.

A interacção com um videojogo e as suas dimensões virtuais constituem o pilar desta abordagem. É através do relacionamento que um jogador desenvolve com o videojogo que se instauram as relações identitárias e económicas. Surge pois a

³⁷ - A construção das sociedades virtuais como homólogas há sociedades reais, e não como uma excepção ou algo inovador é advogado por dannah boyd (2011).

³⁸ - Recorro ao conceito de acordo com as formulações de Pierre Bourdieu, na obra “Outline of a Theory of Practice” (2015 [1972]) : “*the structures constitutive of a particular type of environment (e.g. the material conditions of existence characteristic of a class condition) produce habitus, systems of durable, transposable dispositions, structured structures predisposed to function as structuring structures, that is, as principles of the generation and structuring of practices and representations which can be objectively “regulated” and “regular” without in any way being the product of obedience to rules, objectively adapted to their goals without presupposing a conscious aiming at ends or na express mastery of the operations necessary to attain them and, being all this, collectively orchestrated without being the product of the orchestrating action of a conductor*” (pp. 72).

³⁹ - “*New generation consoles like Wii enhance this pleasure by involving the body at the core of the gameplay*” (Roig, A., et al, 2009). Este tipo de abordagem, que interliga os conceitos de “*play*”, “*gameplay*” e “*body*”, ainda que válida para videojogos que requeiram movimento, apenas um número mínimo de títulos são fabricados para este propósito. A consola Wii, que, neste tipo de abordagem é considerada como o pináculo tecnológico, é uma consola muito limitada, com fraco desempenho comercial – face a Playstation, da Sony e a Xbox, da Microsoft – cujos videojogos disponíveis não incluem os grandes títulos comumente jogados.

necessidade de definir esta relação⁴⁰, esta dimensão apelativa que quase nos hipnotiza. Existem vários termos para a definir, sendo os principais “*immersion*” (McMahan, A., 2003, pp. 68) e “*presence*” (McMahan, A., 2003, pp. 69). Aquando a introdução de tecnologia 3-D no mundo dos videojogos tornou-se possível, devido aos sucessivos melhoramentos visuais, explorar os efeitos deste campo no jogador, particularmente na forma como os videojogos se podem tornar “viciantes”, ou extremamente apelativos.

“*Immersion*” significa que “*the player is caught up in the world of the game’s story (the diegetic level), but it also refers to the player’s love of the game and the strategy that goes into it (the nondiegetic level)*” (McMahan, A., 2003, pp. 68), termo cuja crítica principal incide na não capacidade de distinção ente “*diegetic*” e “*nondiegetic*”, consagrando-os como um só. Por outro lado, “*presence*” é um termo associado ao estudo de tecnologias de realidade virtual, nas quais representa “*the feeling of being there*” (McMahan, A., 2003, pp. 68). Não obstante o facto de que “*the term presence is often used synonymously with immersion, which simply adds to the confusion*” (McMahan, A., 2003, pp. 70), a autora, citando Alluquère Roseanne Stone “*describes presence as the result of the unique persona within the physical body being transported to a mediated world, rather than the transformation of persona or instances of multiple persona within the same physical body*” (2003, pp. 74), esclarecendo que uma parte crucial de ambos os conceitos remete para o acto de integrar algo – neste caso, um mundo virtual do videojogo – sem realmente estar lá fisicamente. É a nossa mente, a nossa percepção e experiência que lá habita, que lá é “*engaged*”, não o nosso ser físico.

Face à dificuldade em estabelecer um termo apropriado⁴¹, o que espelha a multiplicidade de abordagens em relação aos videojogos⁴², opto por recorrer ao termo “*engagement*” proposto por Alison McMahan (2003), por o considerar o mais aproximado ao que desejo expressar, e mais simples de moldar à visão que desenvolver. “*Engagement*” é, em certa medida, sinónimo e constituído pelo termo “*deep play*”: “*to be engaged with a game that a player reaches a level of near-obsessiveness is sometimes referred to as deep play*” (McMahan, A., 2003, pp. 69). “*Deep play*” é, para a teoria antropológica, um reconhecido conceito; tendo a sua origem na obra “*The Theory of Legislation*” (2009 [1894]) de Jeremy Bentham, é, mais tarde, celebrizado por Clifford Geertz (2005 [1972]) na obra em que retrata a luta

⁴⁰ - Será importante mencionar que esta relação só é possível em videojogos 3-D, e que a terminologia que se segue se refere a métodos de análise de videojogos 3-D. A literatura referente a videojogos, em geral, ainda recorre às dicotomias baseadas na imagem, apesar de, actualmente, todos os videojogos serem 3-D, sendo que a tecnologia permite até a introdução da realidade virtual. Esta introdução é feita na consola Playstation 4, da empresa Sony.

⁴¹ - Roig, Antoni et al mencionam ainda termos como “*participation*” ou “*embodiment*”.

⁴² - A dificuldade prende-se não só com as inúmeras formas teóricas de abordar o videojogo, as várias áreas de investigação que os abordam – design, antropologia, “*new media studies*”, psicologia, entre outras – mas também com a escassa literatura produzida tendo como objecto de estudo as estruturas estabelecidas pelo videojogo. A maioria aborda ou a correlação entre videojogos e práticas media, ou o aspecto lúdico do videojogo, ignorando, muitas vezes, a influência dos elementos intrínsecos à narrativa do videojogo no jogador enquanto ser social.

balinesa de galos: “*the anthropologist Clifford Geertz extended the meaning of the term to the kind of substantial emotional investment humans make in violent rituals such as the Balinese cock fighting*” (McMahan, A., 2003, pp. 69). A dimensão emocional e a de transposição identitária do conceito de “*deep play*” de Geertz (2005 [1972]) são elementos nodais ao conceito geral de “*engagement*”, pois só unindo estas vertentes é se pode conceptualizar um termo que evidencie capazmente o tipo de processos que ocorrem quando nos embrenhamos num videojogo, e, consequentemente, no seu mundo e nas suas narrativas.

O “*engagement*” ideal num videojogo ocorre quando determinadas condições se verificam; estas condições não são mais que características e estruturas inerentes a um videojogo, que podem actuar – ou ser construídas pelos criadores do videojogo – a vários níveis, e de múltiplas maneiras.

A primeira característica que pretendo abordar é, inquestionavelmente, das mais importantes num videojogo: a narrativa. Por narrativa pretendo designar a história do videojogo, que, tal como num livro, possui uma trama central, com personagens principais e secundárias. Uma boa narrativa, bem construída e alicerçada em formulações atraentes, irá conduzir a um maior “*engagement*” com o videojogo. Se um livro possuir uma história capaz de nos motivar, de nos viciar, então tanto a vontade de ler, como o envolvimento emocional será exponencialmente maior. Aqui recorro à noção de “*punctums*”⁴³, de Roland Barthes (1993 [1980]), com o objectivo de reforçar a minha perspectiva: há, nas narrativas literárias, elementos que nos atraem de forma que não somos propriamente capazes de enquadrar. Pode ser a caracterização de uma personagem, o cenário, o espaço temporal, uma miríade de elementos; num videojogo também existirão formulações narrativas que apelam e envolvem aos jogadores⁴⁴.

Uma técnica particularmente poderosa utilizada por estúdios de produção de videojogos consiste em permitir ao jogador escolher o seu percurso narrativo em determinados pontos. Tal envolve escolhas, opções que podem gerar consequências imediatas ou futuras, embrenhando o jogador num autêntico “livro jogável”, aproximando o videojogo e o seu mundo virtual à vida actual, na qual as acções têm, por norma, efeitos. A trilogia *The Witcher*⁴⁵, produzida pelo estúdio polaco CD Projekt Red⁴⁶, é dos títulos que mais utiliza esta técnica. Possuidores de uma narrativa rica e envolvente, os títulos *The Witcher* caracterizam-se pela história de fantasia viciante, criando a ideia de que estamos a viver a dita fantasia, exacerbando esta

⁴³ - “*Punctums*”, tal como definido por Barthes (1993 [1980]), são aqueles elementos de uma fotografia que geram um particular envolvimento emocional, uma atracção que somos incapazes de definir, mas que sabemos existir e nos puxar para a fotografia. Por exemplo, um dono de um husky pode-se relacionar mais com o elemento canino de uma fotografia, e não tanto com os intervenientes humanos.

⁴⁴ - De acrescentar que a força da narrativa pode variar entre géneros de videojogos. Um videojogo “*singleplayer*”, por norma, possuirá uma narrativa mais elaborada que um “*multiplayer*”, que dependerá mais da sociabilidade entre jogadores para o seu sucesso. Saliento que isto não é uma regra geral, e que cada vez mais os videojogos tendem a possuir narrativas fortemente construídas.

⁴⁵ - *The Witcher* é um videojogo baseado na obra literário do escritor polaco Andrzej Sapkowski.

⁴⁶ - <http://en.cdprojektred.com/>

noção por meio das escolhas que realizamos em dados momentos do jogo, que podem levar à morte de personagens, descobertas inéditas, ou até mesmo a fins alternativos do videogame. Paralelamente, títulos como *Grand Theft Auto IV*, *Grand Theft Auto V* ou *L.A. Noire*, da produtora norte-americana Rockstar Games⁴⁷, recorrem também a este tipo de técnica, ainda que com consequências menores. Outra fórmula diferente desta técnica consiste na aplicação de consequências imediatas nas relações humanas - como por exemplo o apontar uma arma a uma personagem torna-a agressiva relativamente à nossa -, celebrizada pela produtora Bethesda⁴⁸ em títulos como *Elders Scroll* ou *Fallout*.

A segunda característica que pretendo abordar é a noção de “*realism*” (McMahan, A., 2003, pp. 75), ou realismo: “*a sense of realism is also an important factor, that is, how accurately the virtual environment represent objects, events and people*” (pp. 75). Conceptualizado por dois componentes que se interrelacionam, o “*social realism*” – “*the extent to which the social interactions in the VRE matched interactions in the real world* – e “*perceptual realism*” – “*how closely do the objects, environments, and events depicted match those that actually exist*” -, o termo realismo desempenha um papel crucial ao pensarmos os videogames e as relações que estes estabelecem com os jogadores. Não obstante a autora aplicar o conceito relativamente a situações de realidade virtual, este é passível de adaptação.

As duas dimensões do realismo podem ser caracterizadas como o realismo social, e o realismo perceptivo. Na sequência deste fio lógico, o realismo social consistirá na forma como os elementos do videogame são desenvolvidos de forma a serem reconhecidos por nós, de acordo com as nossas construções culturais, mentais e sociais:

“social realism is the extent to which a media portrayal is plausible or ‘true to life’ in that it reflects events that do or could occur in the nonmediated world ... social realism is achieved by designing the world to match the real one, with streets and stores and homes and parks, as well as organizing rituals and ceremonies that enable players to identify their social place in the world” (McMahan, A., 2003, pp. 75).

O argumento sobre a existência de estruturas homólogas, cumprindo o propósito de gerar melhor identificação social, não é inovador na teoria antropológica; Bourdieu (2014 [2012]) escreve “*que é a comunidade de pertença a uma comunidade a que chamaremos nação ou Estado, no sentido de conjunto de pessoas que reconhecem os mesmos princípios universais*” (pp. 29). De acordo com o autor, o conceito de Estado, enquanto organismo público, depende, precisamente, dessa identificação geral de princípios, sistemas organizacionais, ou pilares da vida social: “*encontramos então todo um conjunto de estruturas da temporalidade social marcada por referências sociais e por actividades colectivas*” (Bourdieu, P., (2014 [2012]), pp. 22). Não obstante o papel determinante da crença na existência de instituições públicas⁴⁹, a

⁴⁷ - <https://www.rockstargames.com/>

⁴⁸ - <https://bethesda.net/>

⁴⁹ - Sobre isto Bourdieu (2014 [2012]) escreve que “*o Estado é essa ilusão bem fundada, esse lugar que existe essencialmente porque acreditamos que existe. Essa realidade ilusória, mas colectivamente validada pelo*

crença nas instituições homólogas, ou replicadas, no mundo virtual do videogame afere distintas dimensões da crença real. Ao passo que a crença que fundamenta as instituições públicas – a sua existência torna-se quase impossível sem a nossa fé nestas – influencia, sob várias maneiras, o funcionamento da sociedade política, a crença nas instituições virtuais o videogame não é opcional, é-nos induzida; ao gerar instituições e processos homólogos, estaremos a construir um processo de reconhecimento, no qual a crença deixa de desempenhar um papel central, pois as instituições são virtuais, elas não existem. A crença pode desempenhar um papel nodal no processo de replicação virtual pela perspectiva do produtor – ou designer – do videogame, não do jogador, que é apenas confrontado com o objecto final. Mas o facto de as instituições e processos sociais serem homólogos é propositado, é feito de forma a gerar maior identificação com o videogame e a sua narrativa, o seu mundo, a sua história. As instituições e processos podem diferir em certos aspectos – por exemplo, o casamento pode ser entre espécies, ou o sistema político ser uma anarquia pós-apocalipse nuclear – mas o pensamento na base da projecção virtual é real, logo é feita por humanos, e desse modo assegura-se a impossibilidade de uma concretização 100% nova. Para esclarecer este argumento recorro ao exemplo da representação dos extraterrestres no folclore ocidental. Em inúmeros livros, filmes, ou séries televisas, desde o clássico *Encontros Imediatos de Terceiro Grau*, ou os *X-Files*, a representação que fazemos dos extraterrestres e das suas intenções são sempre humanizadas. É uma impossibilidade lógica ao ser humano imaginar aquilo que desconhece, da mesma forma que não consegue teorizar o que há para além dos limites do Universo. Depreende-se, pois, que o mundo virtual dos videogames terá, obrigatoriamente, elementos que estabeleçam uma relação processual com a realidade.

Por sua vez, o “*perceptual realism*” refere-se ao que “*is usually vaguely meant by ‘realism’ or ‘photorealism’ – how well the environment looks and sounds like the real world*” (McMahan, A., 2003, pp. 75). A argumentação é bastante linear: a qualidade da replicação do ambiente - sejam as nuvens, os trovões, o som do vento, a noção de percepção – influenciará o nível de “*engagement*” do jogador. Se o som de uma trompete for a de um gato a miar isso criará uma confusão mental e perspectiva; paralelamente “*presence is based on perception, it is the content of the virtual environment, and how that content is designed, that is more importante*” (McMahan, A., 2003, pp. 75). Não obstante, e em concordância com Nicholas Negroponte (1995), a qualidade de imagem não é tudo; é necessário equilibrar a definição com os processos de reconhecimento adequados. Deste modo, o realismo enquanto característica dependerá do quão bem forem conceptualizados e interligados os dois parâmetros: realismo social e realismo perceptual.

A terceira característica fulcral é a música que acompanha o videogame. A banda sonora de um videogame desempenha um papel tão crucial nos processos de ligação, como quando é utilizada nos filmes e nas artes cinematográficas. Um fã de cinema é capaz de ouvir a música *Everybody’s Talkin* de Fred Neil e associar de imediato ao filme *Midnight Cowboy*, ou, ao reconhecer a guitarra de Neil Young, lembrar-se do filme *Dead Man* de Jim Jarmusch. Por sua vez, um jogador poderá experienciar os

consenso, é o lugar para onde se é remetido quando se regressa a partir de determinados fenómenos – títulos académicos, títulos de profissão ou de calendários” (pp. 26).

mesmos processos relativamente a bandas sonoras de videojogos. Um dos entrevistados para o meu trabalho possuía a banda sonora do videojogo *Elders Scroll V: Skyrim* no seu telemóvel, um outro, a do videojogo *Red Dead Redemption* no seu Ipod. É um elemento importante na cimentação de processos de ligação emocional ao videojogo, pois vai permitir a interação com o jogador a vários níveis.

A quarta característica que desejo abordar é a capacidade que um jogador tem em se definir dentro do mundo virtual do videojogo através de processos de construção identitária⁵⁰. Num videojogo o jogador é representado sob a forma de um avatar, um boneco ou figura que representará o nosso corpo virtual e responderá aos nossos comandos por meio de um “*controller*”. Vários videojogos – tanto “*singleplayer*” como “*multiplayer*” – incluem processos através dos quais personalizamos o nosso avatar, atribuindo-lhe não só características físicas, como psicológicas⁵¹ e ainda relacionados com a programação do videojogo⁵².

A representação de nós mesmos no mundo virtual é consagrada, por Miroslaw Filiciak (2003) como “*an idealized image of the situation of the postmodern human creature, in which a user can freely shape his own*” (pp. 90). Depreende-se, então, que a possibilidade de escolha e opções existentes⁵³, a imaginação e os desejos impossíveis de realizar – na realidade – assumam, na maioria das vezes, as rédeas da personificação: “*nevertheless, users take advantage of a game’s possibilities to improve their representations, making them smarter, prettier, and stronger*” (Filiciak, M., 2003, pp. 90).

Esta característica apresenta uma problemática interessante e profunda, que é a dos processos de personalização e representação do “*self*”; contudo esta problemática é adensada pela introdução de estratégias “*in-game*” de tornar esta caracterização um processo pago, gerando, conseqüentemente, heterogeneizações e homogeneizações no seio dos avatares e dos próprios jogadores.

A arena social virtual de um videojogo é, desta forma, uma das componentes nodais do videojogo em si.

⁵⁰ - Esta será a característica mais abordada ao longo da presente tese, por considerar ser aquela que mais influência tem na desenvoltura das teias sociais e económicas entre jogadores e jogador-videojogo.

⁵¹ - Poder-se-á argumentar que a escolha de caminhos narrativos constitui um processo de fabricação de personalidade psicológica do avatar, uma vez que estaremos a torna-lo mau, ou bom, consoante as escolhas. Não obstante, esta noção é, em certa medida, uma ilusão, pois somos nós, enquanto seres humanos, que realizamos as escolhas, sob a égide do avatar.

⁵² - Este tipo de características do avatar prendem-se com o género do videojogo. Por exemplo, a generalidade dos RPG’s definem atributos como a força, inteligência, carisma, capacidade de tiro ou de magia – consoante o género de RPG – entre outros, ao passo que num videojogo *FIFA* as características prendem-se com a habilidade de passe, capacidade de finalização, etc.

⁵³ - A maioria dos jogos permite um leque de personalização gigante: desde cor e corte de cabelo, que inclui cores como branco ou violeta, a cicatrizes faciais e formato do rosto, olhos, orelhas, etc., a formato corporal, definição muscular, tom de voz, roupa que envergamos, ou até mesmo animal de estimação.

Capítulo II

“If we find that play is based on the manipulation of certain images on a certain ‘imagination’ of reality (i.e. its conversion into images), then our main concern will be to grasp the value and significance of these images and their ‘imagination’”
“Homo Ludens”, Huizinga, Johan, (1949 [1980])

1 - Contexto

1.1 – Play, regras e “glitch”

O elemento central de um videojogo é a sua jogabilidade¹. Por jogabilidade remeto-me para a concepção de “play” (Huizinga, J., (1980 [1949]), segundo a qual “*play is more than a mere physiological phenomenon or a psychological reflex ... it is a significant function ... which transcends the immediate needs of life and imparts meaning to the action*” (pp. 1). O conceito de “play”, tal como é entendido por Johan Huizinga, tem como pilar uma ideia de “fun”, “*that characterizes the essence of play*” (1980 [1949], pp. 3), na qual a satisfação surge como uma parte crucial do acto de “play”. O mesmo ocorre nos videojogos; durante o meu trabalho de pesquisa, observei várias pessoas a jogar, e a componente emocional da satisfação constitui uma grande parte do “*engagement*” do jogador, levando a que este, por vezes, perca inclusive a noção das horas que passou diante do ecrã. A satisfação do videojogo, tal como na ideia de “play” advém da imersão num plano/arena “virtual”, n sentido em que é distinta da actual. Ou seja, o acto de jogar remete para um enquadramento distinto daquele que perdura em situações de não-jogo.

Porventura, a particularidade mais interessante de “fun” é desta ser de índole emocional, ou seja, há uma nítida influência da resposta pessoal que se manifesta ao longo do decorrer do jogo, e ao jogo em si. Esta é também uma das características que fazem de

¹ - Geoff King e Tanya Krzywinska (2006) definem jogabilidade, ou “gameplay” de acordo com as directrizes de Huizinga: “*for Huizinga, the main characteristics of play are: that it is a voluntary activity, freely entered into as a source of pleasure and ‘never imposed by physical necessity or moral duty’; that it involves a stepping out of ‘ordinary’ or ‘real’ life into ‘a temporary sphere of activity with a disposition all of its own’; that this occurs in its own distinct time and place, ordered and rule-bound; and that play tends to create its own communities, on the basis of particular shared activities.*” (pp. 9). Acrescentando, a esta perspectiva, a de Caillois: “*for Caillois, as for Huizinga, play is essentially free, the activity of playing not obligatory for the player; otherwise ‘it would at once lose its attractive and joyous qualities as a diversion’. It is also, as in Huizinga, separate, an activity ‘circumscribed within limits of time and space, defined and fixed in advance’, governed by rules, and make-believe, ‘accompanied by a special awareness of a second reality or of a free unreality, as against real life.’ To these dimensions Caillois adds the suggestion that play is uncertain, the precise course and result not being determined in advance ‘and some latitude for innovations being left to the player’s initiative’, and unproductive, ‘creating neither goods nor wealth’” (pp. 9). O sentido de jogabilidade adapta as ideias de ambas as perspectivas, salvo a inexistência de sentido e produtividade; estas características são tidas como válidas tanto pelos produtores, como pelos jogadores, que vêm grande sentido na actividade de jogar e construir jogos.*

“play” um “*cultural factor in life*” (Huizinga, J., 1980 [1949], pp. 4), que faz da teoria da jogabilidade uma forma de entretenimento e de passagem de conhecimento². Através de “play” transmite-se conhecimento de regras e estruturas sociais que serão transversais a inúmeras situações da vida quotidiana; é através de “play” que se alicerçam os primeiros ensinamentos de convívio e coexistência em sociedade.

A semelhança mais significativa entre videojogos e “play” reside no facto de que “*play is not ‘ordinary’ or ‘real’ life. It is rather a stepping out of the ‘real’ life into a temporary sphere of activity with a disposition all of its own*” (Huizinga, J. 1980 [1949], pp. 8); ambos partilham a necessidade de uma esfera imaginária – no caso dos videojogos um imaginário materializado por processos virtuais – para desempenharem as suas funções de entretenimento, de “engagement” e de transmissão de regras: “*‘virtual’ worlds do not sit alongside the ‘real’ world; they are themselves ‘real’ worlds, which are brought into being through material practices and technologies*” (Ash, J.; Gallacher, Lesley A., 2011, pp. 358), algo que reitera a noção de materialidade veiculada por autores como Daniel Miller e Heather Horst (2012). A dimensão virtual dos videjogos, o espectro no qual realizamos as práticas da jogabilidade, é, em si mesma, uma componente paralela à actual, um campo detentor de materialidade e que nos sujeita às suas regras, dado que o frequentamos e presenciamos enquanto agentes ou avatares. Constitui, na sua existência mediada por meios tecnológicos, um mundo físico. Subjacente está a ideia de que ambos se complementam, e, consequentemente partilham consequências das práticas bem como o próprio processo da acção: não existe separação, nem dicotomia ou sobreposição, antes dinâmica.

Implicará isto a noção de que estamos apenas a jogar perpetuamente, de que não teremos consciência do que é jogar e não jogar? Não necessariamente, dado que o distanciamento relativamente à seriedade do mundo não-jogável – quotidiano - corresponde a um tipo de “engagement”. Reside, nesta dualidade, um espelho da divisão de planos virtuais e actuais que um jogador de videojogos experiencia; e tal como no “play”, em que o acto de jogar tem consequências reais, também nos videojogos o mesmo acontece. Não obstante, a dualidade entre o que é jogo e não-jogo – ou jogável e não-jogável – não é idêntica à dinâmica actual e virtual³. São dualismos distintos, mas complementares.

“*All play has it rules*” (Huizinga, J., 1980 [1949], pp. 11), e os videojogos não são uma excepção. As regras de um videojogo indicam-nos como o jogar, o que fazer, como nos orientar dentro do mundo virtual. São directrizes de jogo, como o podemos ganhar, como o devemos jogar, quais os limites das nossas acções, quais as práticas estruturalmente aceites, e quais serão as que induzem consequências negativas. As regras de um jogo indicar-nos-ão como reger o nosso comportamento durante a extensão temporal necessária à sua jogabilidade; nos videojogos o mesmo irá ocorrer, através de estruturas que contextualizam a nossa acção e percepção do mundo virtual em que nos inserimos. Tal como no “play” são necessárias delimitações – estruturas, regras – que enquadrem a brincadeira, que definam os termos de jogo e das acções a si relativas.

Tomemos o seguinte exemplo: um antropólogo realiza trabalho de campo no seio de

² - Por conhecimento refiro-me às regras do jogo em si, formas ritualísticas, performances, e, inclusive, regras de comportamento social.

³ - Uma das principais diferenças entre ambos os dualismos reside no facto de que dualidade de planos é produto de meios tecnológicos e mediáticos, ao passo que a dicotomia jogável e não-jogável deriva directamente da noção de “play”, tanto na sua asserção de “brincar” como no sentido mais político e teatral (Huizinga, J., 1980 [1949]).

uma tribo, conhecendo apenas esbatidos traços do comportamento social e cultural desta; há uma necessidade premente de compreender as práticas, a linguagem, questões de hereditariedade, de conotações religiosas, com vista a construir a estrutura que encapsula as dissonâncias, crenças, pensamento e cultura da referida tribo. O mesmo poderia ocorrer noutra cenário, com diferentes questões a investigar: claque de futebol inglês e subjacentes questões de identidade e rituais de passagem, bairros de Chicago e a interação entre diferentes classes e grupos étnicos, grupos de apoio a sem-abrigos em São Francisco, só para citar alguns exemplos. Contudo, um dos objectivos é sempre o de enquadrar as acções, as práticas, as crenças, no contexto de um quadro social específico; compreender as motivações do social e do cultural. Estabeleço, pois, um paralelismo: o social (e todas as suas vertentes) enquadra o trabalho do antropólogo tal como as regras enquadram a acção do jogador, enquanto utilizador e avatar. Por sua vez, as regras do videojogo serão balizadas – e, consequentemente transmitidas – pelo contexto do próprio videojogo. No exemplo que apresento, relativo ao trabalho do antropólogo, o objecto – ou local – de estudo irá variar, assim como o alvo de estudo: o cenário social contextualiza as questões a serem investigadas e as respectivas teorias resultantes. Posto isto, o contexto do videojogo molda a própria jogabilidade deste, não só condicionando o tipo de “play” e as regras, mas também guiando o jogador pelo mundo virtual, transmitindo-lhe os limites deste e demonstrando como orientar-se no seu interior. Há um objectivo de tornar os elementos – e estruturas – que constituem o mundo virtual em elementos funcionais, como James Ash (2010) assim o demonstra; vai-se para além da passividade virtual, enquanto imagens, uma vez que há uma funcionalidade em tudo que se inclui e na maneira como estas moldam a relação com o jogador e o respectivo avatar.

Não obstante, a construção de regras num videojogo é um processo complicado: a questão não linear face as possibilidades que a vertente virtual proporciona à equipa de criadores⁴. Uma das problemáticas mais evidentes recai na responsabilidade de elaboração das regras: ao passo que num jogo tradicional se possui um conjunto de regras e comportamentos de jogo pré-estabelecidos – se jogarmos à apanhada sabemos que temos ou de fugir, ou de apanhar quem foge – a construção de regras dos videojogos recai sobre a alçada de quem os faz, não dos jogadores que o compraram. Ou seja, há uma mudança de responsabilidade de utilizador – ou jogador – para criador, de uma possibilidade de construir enquanto se joga, para uma de jogar o que já está construído. Esta problemática induz a questão de como é que as regras, num ambiente – o plano virtual do videojogo - previamente construído, serão transmitidas aos jogadores.

Relativamente a esta questão, Jesper Juul (2002), num diálogo entre a forma como as regras do videojogo desempenham as suas funções e a estrutura do “gameplay”, ou estilo de jogabilidade, propõe que se considerem os videojogos sob duas vertentes: de “emergence”⁵ e “progression”⁶. Não obstante a teoria de Jesper Juul (2002) apresentar uma retórica bem

⁴ - Refiro-me à diversidade de opções para introduzir regras, as quais podem ser de índole gráfica, estrutural, narrativa, de “gameplay”, entre outras.

⁵ - Por “emergence”, Jesper Juul (2002) refere-se a “*the primordial game structure, where a game is specified as a small number of rules that combine and yield large numbers of game variations, which players then design strategies for dealing with ... Emergence games tend to be replayable and tend to foster tournament and strategy guides*” (pp.324)

⁶ - Por “progression”, Jesper Juul (2002) refere-se aos videojogos nos quais “*the player has to perform a predefined set of actions in order to complete the game. One feature of the progression game is that it yields strong control to the game designer. Since the designer controls the sequence of events, this is also where we find the games with cinematic or*

fundamentada, as suas conclusões são árduas de aplicar no estudo de videojogos actuais, uma vez que são normativas em demasia. Passo a explicar: os conceitos teóricos que Jesper Juul (2002) apresenta englobam a totalidade dos videojogos – e das formas como estes se constroem em relação às respectivas regras – em duas classificações, o que restringe severamente a própria classificação e distinção, uma vez que a indústria dos videojogos está em constante desenvolvimento. O conceito de “*emergence*”, por exemplo, subdivide-se em três tipos, ou três formas sob as quais os videojogos se podem organizar de acordo com os critérios deste conceito. A problemática prende-se com o facto de que, dado a proliferação de géneros de videojogos e respectivas jogabilidades, a subdivisões seriam inúmeras – quase uma por videojogo, visto que, actualmente, cada videojogo procura construir formas cada vez mais distintas de jogabilidade.

Uma das formas de construção de videojogo – e das respectivas regras –, que se assume como complicada de classificar de acordo com o binómio de Juul (2002), é o de “*procedural generation*”⁷. A divisão que Jesper Juul (2002) aplica supõe uma criação humana da jogabilidade, ideia que é reforçada pelo argumento de que a forma como os jogadores transmitem o conhecimento a outros jogadores⁸ integra a própria definição de “*emergence*” e “*progression*”. Coloca-se, deste modo, a seguinte questão: e se o jogo for construído por um algoritmo, capaz de produzir níveis sempre diferentes entre si? E se houver uma imprevisibilidade não-humana? E se, o videojogo e o seu mundo, for o resultado de um código numérico que funciona de forma independente? O processo de “*procedural generation*” surge como uma excepção ao binómio de Juul (2002). A aplicação desta técnica torna possível a construção de videojogos⁹ como *No Man's Sky*, no qual existem 18 quintilhões maneiras possíveis de representar um nível. Dadas as possibilidades, o propósito último é a não normalização da experiência do jogador, a existência de maneiras diferentes do videojogo produzir um contexto. O videojogo deixa de ser adaptável pelo jogador – no sentido em que conhecendo os processos este é capaz de extrapolar -, e o jogador passa a ter que se adaptar ao videojogo, tendo que adaptar a jogabilidade a cada

storytelling ambitions. This leads to the infamous experience of playing a game 'on a rail', i.e. where the work of the player is simply to perform the correct pre-defined moves in order to advance the game. Progression have walkthroughs, specifying all the actions needed to complete the game” (pp. 324).

⁷ - Esta técnica tem sido aplicada a inúmeros videojogos, como os “*roguelike games*”, ou a RPG como forma de produzir “*dungeons*” aleatórias. O propósito desta técnica é que a experiência de jogo seja constantemente diferente, nunca se repetindo para o jogador. É ainda utilizada largamente em vários géneros de videojogos como forma de distribuição de “*loot*”, os itens que recebemos ao matar inimigos, ou explorar “*dungeons*”. Nesta situação o código produz ganhos aleatórios, sempre diferentes, dinamizando o processo de combate de modo a este não ser repetitivo. A característica crucial deste processo é que o processo de jogabilidade é criado não pelos designers, mas por um código informático que constrói conforme a utilização.

⁸ - “*As a rule of thumb, the simplest way to tell games of emergence from games of progression is to find guides for them on the net. Progression games have walkthroughs: lists of actions to perform to complete the game. Emergence games have strategy guides: rules of thumb, general tricks”* (Juul, J., 2002, pp. 328). Esta caracterização, para além de ser muito normativa e não representar a totalidade de possibilidades de transmissão de conhecimento, é falaciosa, uma vez que classifica um produto construído por designers – o videojogo – de acordo com a interpretação da maneira mais fácil de ganhar – uma perspectiva de utilizadores. Formas de jogar como “*speedruns*” - que aproveitam erros de codificação com o objectivo de completar o videojogo muito mais depressa que o normal – são maneiras igualmente válidas de ensinar um jogador a completar um videojogo, e não recaem sobre nenhuma das classificações.

⁹ - Outros exemplos de videojogos que aplicam esta técnica no desenvolvimento da sua jogabilidade são *The Binding of Isaac* e *Rogue Legacy*, só para nomear alguns títulos.

novo momento. A realidade (virtual) é construída à medida que é utilizada; ela não existe como uma pré-construção, um mapa que já fora desenhado pelos produtores, passível de exploração, como é o caso da maioria dos videogames. É na aplicação desta ideia que reside uma das falácias da argumentação de Jesper Juul (2002): a noção de que o videogame é inteiramente um produto construído por mão humana, e que, como tal, o jogador é capaz de reconhecer constantemente o procedimento da própria jogabilidade.

Outra problemática que o binómio de Juul (2002) apresenta consiste na consideração de que a jogabilidade, do “*gameplay*”, enquanto elemento de catalogação, é menos linear que o autor pretende dar a entender. Curiosamente, o próprio Jesper Juul (2016) apercebe-se desse problema:

“video game history fundamentally proceeds by changing in ways we had not predicted, as new developments (casual games, independent games, free to play games) force us to consider facets of video games that we had previously ignored ... MMOs like World of Warcraft moved the role of the player community to the forefront ... video game history is pushing game studies towards interdisciplinarity, and thereby towards redefining what is relevant to studying games”.

Videogames do género *experience games*, ou o género *indie* – como *The Witness*, por exemplo – procuram sempre novas formas de jogabilidade, englobando estratégias espaciais¹⁰ ou narrativas¹¹. A questão da cinematografia do próprio videogame é igualmente uma estratégia de inovação de jogabilidade, como, por exemplo, no caso do videogame *Heavy Rain*, que poderá ser considerado uma experiência cinematográfica jogável. Os videogames tornaram-se objectos, ou criações, muito mais complexas que antigamente, e os sistemas de regras e de explicação destas aos videogames são variados e quase específicos a cada videogame.

Um pormenor que Jesper Juul (2002) aborda no seu artigo é o facto de videogames de “*emergence*” serem mais propícios à realização de torneios que os restantes; também este pormenor é restritivo, dado que, graças à proliferação da prática de videogame e aos Esports – e o dinheiro nestes investido – imensos videogames possibilitam torneios europeus, asiáticos, americanos e até mesmo mundiais. A evolução da utilização de videogames, e do papel que estes desempenham no nosso quotidiano, engloba ainda uma nova prática: a de “*streaming*” e visualização na Internet – em serviços como Twitch ou Youtube – de jogadores a jogarem videogames. Estas evoluções de práticas relacionadas com a utilização de videogames adensa a problemática de o binómio ser excessivamente normativo, e de incluir, nas suas categorizações, questões de designers e utilizadores em simultâneo.

As práticas dos utilizadores muitas vezes contornam e distorcem as regras do videogame impostas pelos designers ou previstas no modelo inicial. Os erros que providenciam a possibilidade de práticas não previstas chamam-se “*glitches*”; são, no fundo, erros na codificação do videogame que permitem formas de jogabilidade não previstas. Harvey Smith (2001) “*makes the distinction between desirable emergence, where the*

¹⁰ - O videogame *The Witness* é um videogame de puzzles, que inova o estilo clássico de jogabilidade englobando o espaço virtual – os elementos da natureza, as sombras, a iluminação, o ambiente circundante – na solução destes. De modo a compreender melhor esta questão, consultar o vídeo de Joseph Anderson em https://www.youtube.com/watch?v=KZokQov_aH0 (consultado a 05 de Julho de 2017).

¹¹ - Uma das técnicas narrativas mais curiosas a que *The Witness* recorre é uma espécie de quebra da “*fourth wall*” com o utilizador; o videogame engloba nos puzzles vídeos reais de entrevistas a múltiplas personalidades, e o final é, em si, um vídeo realizado pelo criador do videogame.

interaction between the different elements of the game leads to interesting gameplay, and undesirable emergence, where players finds ways to exploit the rules that make the game less enjoyable” (Juul, J., 2002, pp. 325), definição da qual Juul (2002) discorda, contra-argumentado que “*we would have to find out whether Harvey Smith or Warren Spector had in fact understood the possibility of proximity mine climbing at the time. (This would be a version of the intentional fallacy – the idea that to understand a work, we should figure out what the author really meant.)*” (pp.325). A problemática com o contra-argumento de Juul (2002) é que este decorre da adaptação de um argumento literário, da intenção do autor; num videojogo o mesmo não se pode aplicar, uma vez que não só há uma equipa de autores – que não são propriamente autores, mas sim construtores – mas também devido às circunstâncias do videojogo não serem, de forma alguma, semelhantes às de um livro. Por isto quero dizer que, ao passo numa obra literária há sempre espaço para a interpretação, num videojogo há que delimitar mecanismos e estruturas tecnológicas cuja função é especificamente a de construir um “caminho” a seguir, seja este espacial ou de práticas; há formas previamente previstas para jogar um videojogo, impedindo a ação individual ou o livre arbítrio. Dou como exemplo a situação do tanque¹² no videojogo *Uncharted 2*, ou da morte¹³ do homem que rapta o nosso filho em *Fallout 4*, em que nos quais os mecanismos do videojogo bloqueiam as interpretações que podemos ter, obrigando-nos a reiniciar o videojogo e a cumprir os procedimentos de jogabilidade correctos, previstos pelos designers. Não é necessário sabermos o que os construtores pretendiam com o videojogo, uma vez que este traduz, pela sua jogabilidade, como devemos cumprir as práticas.

Os “*glitches*” recaem neste campo, constituindo alternativas à jogabilidade imposta pelos designers. Como exemplo de “*glitches*” dou o do beijo homossexual, presente em várias edições do videojogo *Fifa*, no qual os jogadores de futebol celebram golos com beijos; o desaparecimento dos rostos dos avatares em *Assasin’s Creed Unity*; o subir de escadas invisíveis em *Fallout 4*; ou o ganho de experiência infinita em *Elders Scroll V: Skyrim* – estes são apenas alguns exemplos de como erros de codificação podem alterar a jogabilidade. Por sua vez, estes erros podem sofrer outro tipo de abordagens por parte dos jogadores, ou seja, podem ser utilizados em prol de algo, como uma “*speedrun*”¹⁴, ou de modo a introduzir “*mods*”¹⁵, ou modificações nas estruturas do videojogo – nomeadamente visuais – que alteram a jogabilidade deste. Este tipo de práticas recaem no âmbito de uma “*idiotic methodology*” (Michael, M., 2012), uma vez que constituem o incomum, o sem

¹² - Este exemplo pode ser visualizado, em contexto de jogo, no seguinte vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=ma4DJbvO84I> (visualizado a 09 de Julho de 2017). Se não seguirmos o caminho previamente designado, o jogo mata-nos, reiniciando o processo, obrigando o jogador a executar aquele conjunto particular de práticas.

¹³ - Joseph Anderson demonstra este exemplo no seguinte vídeo, na parte três da história <https://www.youtube.com/watch?v=A34poZ6paGs&t=3s> (visualizado a 09 de Julho de 2017). Ao não aguardarmos para que a personagem inicie o diálogo estaremos a entrar em incumprimento, sendo que o sistema nos tranca num espaço confinado, obrigando-nos a reiniciar o videojogo.

¹⁴ - Uma “*speedrun*” consiste no acto de completar um videojogo o mais rápido possível, recorrendo, muitas vezes, a “*glitches*” ou erros menores do código do videojogo. O, possivelmente mais famoso, evento de “*speedruns*” será o GamesDoneQuick.

¹⁵ - Um exemplo prático de um “*mod*” é a introdução de um código que substitui o visual do cão – nosso companheiro – por um husky, ou por um Pokemon.

sentido e, muitas vezes, o “*non-sense*” da jogabilidade.

O objectivo dos contextos será, pois, o de moldar a jogabilidade de um videojogo e das respectivas regras e procedimentos – sociais, de jogo, entre outros. O conceito de contexto advém de uma noção de circunstância de uso, de um espaço definido onde é, a determinados objectos – e, por extensão, acções e símbolos – atribuída uma especificidade contextual. Só nesse contexto é que os objectos adquirem sentido, pois é através do contexto que ocorrem os processos de significação e reconhecimento. É, por via do contexto, que os designers do videojogo instauram as regras do jogo, os limites de acção e atribuem significado a um determinado cenário e conjunto de acções que actuam sobre o utilizador, representado no plano virtual pelo respectivo avatar. Este conjunto de processos têm como finalidade última guiar – e, em certa medida, condicionar – a jogabilidade do utilizador, as suas acções e formas de interagir dentro do espaço do videojogo.

No terceiro episódio da primeira temporada da série *The Newsroom*¹⁶, Leona Lansing, a personagem interpretada pela actriz Jane Fonda, explica como, de modo a despedir um pivot do canal noticioso, tudo o que é necessário fazer é criar “*what we call context*”. O objectivo último do despedimento é atingido pelo desenvolvimento de um conjunto de situações, destinadas a condicionar a personagem do pivot Will McAvoy, interpretada por Jeff Daniels. O destino de uma personagem é deste modo condicionado, ou moldado, pelo cenário de situações futuras cuja funcionalidade consiste em produzir um despedimento considerado justo, ou aceitável; contexto que é construído por uma personagem de estatuto superior ao de Will McAvoy. Similarmente, o contexto dos videojogos descreve uma relação de estatuto entre o jogador e a equipa que constrói o videojogo. O videojogo é desenvolvido por uma equipa multidisciplinar que incute no mundo virtual um método particular de jogabilidade; os jogadores têm um impacto condicionado na construção do videojogo, uma vez que não é constante:

“through emerging technology and techniques utilized in videogame testing, game designers go further than selecting what pre-given or already occurrent event is shown; through various calculative logics of anticipation and preemption, they actively attempt to shape the very contingency of the event itself prior to a specific content or situation” (Ash, J., 2010(2) (, pp.654).

James Ash (2010) expõe, num dos seus artigos, o processo pelo qual os designers interagem como os jogadores no processo de teste de um videojogo, ocorrendo, nesse momento particular, uma interacção simbiótica entre criador e utilizador. Esta interacção acontece, principalmente, como consequência do desejo de sucesso do videojogo. Não obstante, a construção de contextos decorre de um processo complexo, de diálogo entre designers e jogadores e entre forças humanas e não-humanas:

*“...the production of successful videogame environments (by which I mean designed environments which cultivate the desired kinds of affect) is a complex, problematic, and ongoing struggle between the openness and performative play of contingency and chance (which emerge through the techniques and intelligences that users develop as they become skilled at these games) and the mechanical systems and calculative rationalities through which these environments are designed. In the case of multiplayer videogames, this tension plays out through the design of environments which stimulate contingency”*¹⁷.

¹⁶ - *The Newsroom* foi uma série televisa do canal norte-americano HBO que retrata o mundo do jornalismo noticioso.

¹⁷ - James Ash (2010(2)) utiliza o termo “*contingency*” como sinónimo do estado emocional a que, no presente trabalho, simboliza o “*engagement*”, mas numa perspectiva singular dos videojogos *multiplayer*. “*Contingency*”, de acordo com esta definição, simboliza um “*engagement*” que envolve o contacto com outros jogadores no campo de jogo virtual.

Videogames rely on the affective properties of this contingency in order to be commercially and critically successful, but the contingent events and encounters on which this success rests can only be realized through the technical and human limitations of quantitative forms of data manipulation. Skilled game designers aim to mechanically produce and design contingent outcomes reliably; they want to produce an alluring and captivating spatiotemporal image by staging, managing, and controlling events within the limited computational architecture of the consoles on which these games are designed and programmed” (Ash, J., 2010(2), pp. 655).

Na sequência de uma das entrevistas que realizei a designers de videogames, foi possível concluir a relevância da noção de contexto sendo que esta cumpre o propósito de orientar o jogador, de cumprir o objectivo de jogabilidade estabelecido pelos criadores do videogame e de postular as regras deste. O contexto de jogabilidade cumpre funções basilares na construção e moldação das práticas de jogo e de como o utilizador se relaciona com o mundo virtual no qual o seu avatar está inserido.

“ Tomás - E como é que fazem para indicar ao jogador por onde ir, o que deve fazer? Enfim, as coisas normais do jogo.

Designer - Isso é uma questão de planejar o mapa, pensar o que queremos que seja feito, quando deve ser feito. É mais uma coisa de planejar e ir corrigindo do que ter uma ideia já toda composta e isso.

Tomás - Esse planeamento todo tem um objectivo?

Designer - Pensa assim: um jogador de futebol americano, que nunca ouviu falar de que é futebol europeu, vem para Portugal jogar. Entra em campo e a primeira coisa que faz é pegar na bola e correr por ali fora. É imediatamente expulso!

Tomás - Claro, ele não tinha conhecimento prévio das regras.

Designer - Exactamente! O objectivo de construir uma ponte ali, um precipício acolá, ou o que quer que seja é o de guiar a personagem para onde ela pode ir, ou queremos que ela vá. Tens um conceito de jogo, uma ideia, e para lá chegar tens de orientar a pessoa que joga. Não podes atirar uma pessoa para um mundo do jogo sem lhe dizeres como funcionam as coisas. É entrares numa corrida sem sequer saberes caminhar. É ilógico não estabeleceres regras. Não faz sentido...

Tomás - E qual é o papel do designer nesse sentido?

Designer - Epá, pensar bem a coisa, ter calma. Epá, claro que importa o cenário ser bonito, agradável e realista, mas tem como que conferir algum sentido de...

Tomás - Função?

Designer - Sim, tipo isso. As quintas têm muros para delimitar a extensão de terreno, os jogos têm cenários para gerir e orientar os objectivos e as actividades do jogador. Senão andavam por ali todos malucos, a trepar paredes quando deviam seguir o corredor à direita! “

No seguimento desta revelação sobre a suposta intencionalidade, por parte dos designers, de transmitir um objectivo, de influenciar a jogabilidade, procurei auscultar a opinião de um jogador. A confirmar -se tal hipótese, então qual deverá ser a posição do jogador face a essa situação? Será uma intenção compreensível, ou o contrário?

“Tomás – But assuming that you’re being guided, that there is a purpose in the way you do things. Would you still play the game?

Sera Fae – Of course, that doesn’t deny the joy in playing the game.

Tomás – Does it have any kind of side effect on you, as a player?

Sera Fae – Well, you almost make it sound as if it was a mind control kinda thing, when it really isn't. It's like going to school, you have all those things you have to learn about, either you like it or not. But in the end, the purpose of doing all those things was to get a degree. There's an end goal in a lot of things that involve effort and money and time.

Tomás – So, you don't think that intentionally building a game in a certain way is wrong or right. It's natural.

Sera Fae – Yeah. Games need to be built in certain ways, we, as players, know that, in the back of our heads. They need to have guidance points.

Tomás – You mean tutorials?

Sera Fae – For instance, yes! They show you how do things, where to go, etc, a lot of stuff. If the designers are leading me towards an enjoyable experience, then yes, it's great. If not, well, I will ask for a refund, that's for sure!"

Porventura o mais curioso e assinalável contributo deste segmento de entrevista será a aceitação da necessidade de “*guidance*”, os jogadores reconhecem a necessidade de serem guiados. Creio que esse reconhecimento advém do medo partilhado por muitos humanos: quase ninguém gosta de se sentir perdido. Jogar um videojogo pela primeira vez sem orientação pode ser confuso: para que serve aquele botão, como é que devo atacar, para onde devo ir, será que me afogo se cair na água? Existe uma panóplia de circunstâncias em que os designers têm o dever de intervir e ajustar a jogabilidade para que esta seja compreensível por parte do utilizador. Sem esta estruturação cuidada por parte dos criadores, seria como resolver uma equação diferencial detendo meramente o conhecimento de que $1+1=2$.

Face a aceitação ponderada da intencionalidade por parte dos designers, confrontei, por sua vez, um segundo designer com esta questão. Sera Fae menciona um facto relevante: o utilizador aceitará as limitações/moldações impostas até que estas deixem de cumprir os seus propósitos. Ou seja, se a jogabilidade definida não proporcionar ao utilizador uma experiência agradável, então o contexto gerado não será mais que um obstáculo ao propósito último do jogo: providenciar satisfação.

“Tomás – Imagine that your game will have a lot of issues, that it won't properly indicate a player how to, say, battle, or dodge enemy attacks. Is this a real concern?

“Designer 2 – Yes. I can state, without a doubt in my mind, that if players do not get clear instructions or decent ideas of how to do what is required by the games' structure that they will not have that much fun with it. The game will become boring in their minds, annoying for them do be trying to do something but due to games' poor construction it will not come as natural, or as eased out as it should be.

Tomás – Have you ever encountered situations in which a severe error in the contextual structures of the game have created bad impacts with the users?

Designer 2 – Part of the game testing is mainly about that. Or early access situations. It's sort of a preemptive strike, before the nukes drop down on us and we have awful reviews and players who are not satisfied. It should be an obligation, cause the success of the videogame itself depends on that.

Tomás – So, it's important for you that your videogame translates properly to the public?

Designer 2 – Yes, it is.

Tomás – Is it also important that you create a good atmosphere within the game itself? When players play with one another.

Designer 2 – Of course. People should want to play with other players, I think that was one of the classical, most ancient ideas of a videogame: to share the experience.”

O propósito de criar boas condições de jogabilidade é uma preocupação activa. Ou seja, há, em certa medida, uma sobreposição de intenções ou desejos por parte dos jogadores e dos designers; ambos desenham uma experiência de jogo satisfatória. Creio que esta capacidade do videogame é particularmente interessante: não obstante a diferença de poder de construção e criação do mundo virtual, a intenção de ambas as partes convergem. O mundo virtual tem de ser algo satisfatório para ambos, tanto pela experiência, como pelo lucro.

1.2 – Contexto espacial

O contexto de um videogame define-se pelas circunstâncias espaciais/visuais (Ash J., 2009, 2010, 2014), estruturais e narrativas (Krzywinska, T., 2006) que indicam ao jogador – presente no mundo virtual como um avatar – qual o caminho a seguir, qual o percurso correcto, o que não deve e o que não pode fazer: define as regras do videogame, as suas directrizes e os parâmetros de socialização – no caso de videogames online. A funcionalidade do contexto do videogame irá actuar de maneira semelhante, providenciando as “rules” (Huizinga, J., 1980 [1949]) do mundo virtual. A principal funcionalidade do contexto assume, deste modo, um cariz direccional, moldando as diversas vertentes - e, conseqüentemente, o comportamento do jogador.

O contexto espacial – ou visual – actua recorrendo às construções virtuais, estas não são meros incrementos visuais, cenários paisagísticos para serem admirados, mas cumprem igualmente uma intencionalidade, a de orientar, espacialmente, o jogador no mundo virtual. Tomemos como exemplo as “dungeons” no videogame *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*, as quais - a par de muitos outros MMORPG – consistem na travessia de um lugar repleto de inimigos, puzzles e “bosses”¹⁸ em grupos de quatro ou oito jogadores¹⁹. O objectivo das “dungeons” é estabelecido pelo contexto do próprio espaço virtual: túneis indicam-nos por onde ir, pontes delimitam espaços intransponíveis. Ou seja, a organização geográfica, o “layout” do mapa da “dungeon” concretiza a dupla funcionalidade de orientação e de postulação de regras de comportamento: o que fazer para suceder, onde não devemos ir, como agir para abrir um portão, entre outras modalidades²⁰.

O videogame *Star Wars: Battlefront* recorre igualmente a uma contextualização

¹⁸ - O termo “boss” é transversalmente aplicado no mundo dos videogames como designação de um inimigo particularmente difícil de derrotar. É, regularmente, um obstáculo árduo e indicador de uma mudança importante na narrativa do videogame, um pouco à semelhança do pico dramático nas tragédias gregas.

¹⁹ - Este número varia de videogame para videogame. O número que aqui apresento corresponde aos dos modelos utilizados em *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*.

²⁰ - A forma de organização do contexto visual e geográfico é variável; cada videogame, de acordo com o tema, e em que consiste o próprio jogo, vai ter formas e estilos diferentes de contexto. Mas o essencial, ou seja as funcionalidades do conceito, são transversais aos vários videogames.

espacial com o objectivo de orientar o jogador, construindo barreiras naturais – grandes muralhas, rochedos gigantes, ou oceanos – por forma a delimitar o campo de acção e navegação do avatar. James Ash (2010) sublinha semelhantes circunstâncias:

“the ‘environment’ of the game, and the rules that govern this environment, act to inhibit and disinhibit movement in particular ways. Inhibitors act as absolute limits and boundries, which constrain users’ actions and movements (for exemple, a wall or a rock that the user cannot pass, modify or alter). Disinhibitors allow the user to engage with the environment in some for (for exemple, a button on the control pad that allows the user’s avatar to run; a switch that drops a gate opening a pathway; or na analogue stick that swings a golf club on screen)” (pp. 417-418).

A abordagem que defino relativa ao contexto espacial do videojogo assume contornos teóricos semelhantes aos definidos por James Ash (2009): *“...not to think the nature and function of geographic images as simply material things with a geographical component, but to theorise the geographic function of images themselves”* (pp.2105). O espaço assume uma função, as imagens projectadas pela consola ou PC definem um quadro prático, um lugar de execução de movimentos, consagração de opções benéficas e punição de erros, desobediências ou distrações. As imagens do videojogo assumem um significado próprio, para além daquele que lhes fora, simbolicamente, conferido pelo seu uso no mundo actual: *“instead of thinking about images as representations of na already existing world I want to theorize images as having a geographic function, by which I mean images create spaces and are themselves material blocks of space...”* (Ash, J., 2009, pp. 2106). Colocadas no contexto do videojogo, as imagens que observamos, os cenários que se desenrolam, adquirem um novo significado, para além do providenciado pelo “perceptual realism” McMahan, A., 2003). As imagens que configuram o espaço do videojogo passarão a consagrar dois simbolismos distintos: o do reconhecimento estrutural, com o mundo actual – como advogado por Alison McMahan (2003) - e o da funcionalidade contextual relativa ao mundo virtual, no sentido de delimitação geográfica. As imagens mantêm um sentido de realismo, que permite a identificação do que elas são, do que representam, mas uma vez contextualizadas no mundo virtual do jogo, adquirindo um sentido de espaço maleável, passível de utilização, passam a funcionar como delimitações de acções e indicadores de regras.: *“as such, interfaces can be considered a key site through which new habits, actions and ways of doing and acting emerge in the world”* (Ash, J., 2010, pp. 415).

O contexto espacial indica ao jogador por onde deve ir, por onde não pode ir, como deve proceder, que tipo de movimentação é a mais indicada; transmite um conjunto de regras pela sua existência sobre o corpo do jogador, enquanto avatar presente na dimensão virtual do videojogo:

“instead of positing the user as an all powerful or detached observer, ... engaging with videogames encourages the production of fragmented modes of looking and gesturing in which the very body of the user becomes dissimulated into the ‘space’ of the image and cardinal orientation (the spatial orientation given by the structure of human bodies, rather than in relation to external points in space) becomes distributed into the game environment” (Ash, J., 2010, pp. 416).

A localização das imagens cumpre um propósito, ou seja, a sua disposição não é, de maneira alguma, aleatória; o contexto espacial do videojogo procurará explorar graficamente o espaço, adaptando as imagens à construção virtual desejada, ao mundo que os designers querem que o jogador percorra, de acordo com as regras por eles estipuladas e os caminhos por eles construídos.

1.3 – Contexto estrutural

O conceito de contexto encontra-se subdividido de acordo com a forma como actua sobre o jogador dentro do mundo virtual: contexto espacial, contexto estrutural e contexto narrativo. O espaço do mundo virtual do videojogo é um cenário previamente manipulado, transformado para gerir a própria jogabilidade. A funcionalidade das imagens, projectadas pelo cabo HDMI ligado à Playstation 4, adquire contornos diferentes daquelas guardadas no álbum de fotografia de família: o videojogo não transmite um “*punctum*” (Barthes, R., 1993 [1980]) definido, mas antes prevê a possibilidade de um conjunto de respostas emocionais como reacção a um contexto específico, ou a uma acção/situação particular.

O contexto estrutural representa a delimitação de acções, ou escolhas de práticas, que experienciamos quando jogamos de uma determinada maneira. Traduzido num exemplo prático de videojogo, corresponde à limitação de dano de uma arma, que nos obriga a gastar mais munições para um determinado efeito ou a alterar de arma; ao facto de nos videojogos *Fifa* – mimetizando o desporto na vida real – não ser frutífero jogar com um médio a guarda-redes, um avançada a defesa, e cada elemento ter de ser cuidadosamente posicionado de modo a cumprir uma função. O contexto estrutural é signficante de um impedimento/condicionamento funcional das nossas acções, obrigando-nos a adequar a jogabilidade ou prática à fórmula correcta, ou que melhor se adequa. No caso dos MMORPG, género do qual o videojogo *Final Fantasy XIV: A Real Reborn* faz parte, a especificidade deste tipo de contexto está relacionado com o género de videojogo, uma vez que maioritariamente²¹ os RPG – e por associação os MMORPG – contêm um sistema de classes. O sistema de classes, quando relativo a videojogos do género RPG, manifesta-se de forma vinculativa ou semi-vinculativa, condicionando a jogabilidade do utilizador, através de escolhas de práticas consoante o momento, ou o que desejamos realizar. O sistema de classes é o conceito habitualmente utilizado tanto por jogadores como por designers para descrever o tipo de avatar que escolhemos, na sua dimensão funcional: enquanto guerreiro, mago, arqueiro, madeireiro, tecelão, entre outras opções que variam de videojogo para videojogo. Classe, neste contexto, simboliza um “emprego”, uma função, uma característica que o jogador escolhe. É uma componente da jogabilidade, pois uma vez escolhida a classe existem determinadas funções e acções que são exclusivas à classe. Por exemplo, no videojogo *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* as classes subdividem-se da seguinte forma: um guerreiro “tradicional” – de espada e escudo – tem o nome de “*Paladin*”, o “*Monk*” corresponde a um guerreiro de artes marciais, “*Warrior*” um guerreiro que recorre a armas

²¹ - Alguns videojogos integram uma estrutura semelhante a sistema de classes, mas não é desenvolvida ao ponto de criar o tipo de contexto e condicionamento próprio ao género RPG, como é o caso dos videojogos *Fallout*. Mesmo dentro do género RPG esta estrutura pode ser de índole mais normativa, como é o caso de *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*, ou mais fluida, como no caso do videojogo *Path of Exile*.

brancas mais pesadas, como um machado, “*Dragoon*” é um lanceiro, “*Bard*” um arqueiro, “*White Mage*” um mago especializado em magia curandeira, “*Black Mage*” um mago de magia negra, de ataque, “*Summoner*” um mago que invoca monstros para auxílio, “*Scholar*” um outro tipo de mago curandeiro, e por fim “*Ninja*”, que é, tal como o nome indica, um ninja. Estas classes, cuja função no videogame é a de participarem em lutas, têm o nome de “*Disciples of War*” – os guerreiros – e de “*Disciples of Magic*” – os magos.



Imagem 1 – Opções do sistema de classes de combate no videogame *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*.

Para além das classes de combate existem também várias classes de cultivo, extração e construção, complementando a ideia de uma sociedade de colectores que possuem um sistema de troca monetária. Estas classes aglomeram-se em “*Disciples of the Land*” – que inclui pescadores, agricultores e colectores como mineiros – e “*Disciples of the Hand*” – abrangendo todo o tipo de profissões que requerem construção e trabalho manual, como por exemplo “*blacksmith*”, ou alquimista, as quais utilizam os materiais recolhidos e os transformam em utensílios.

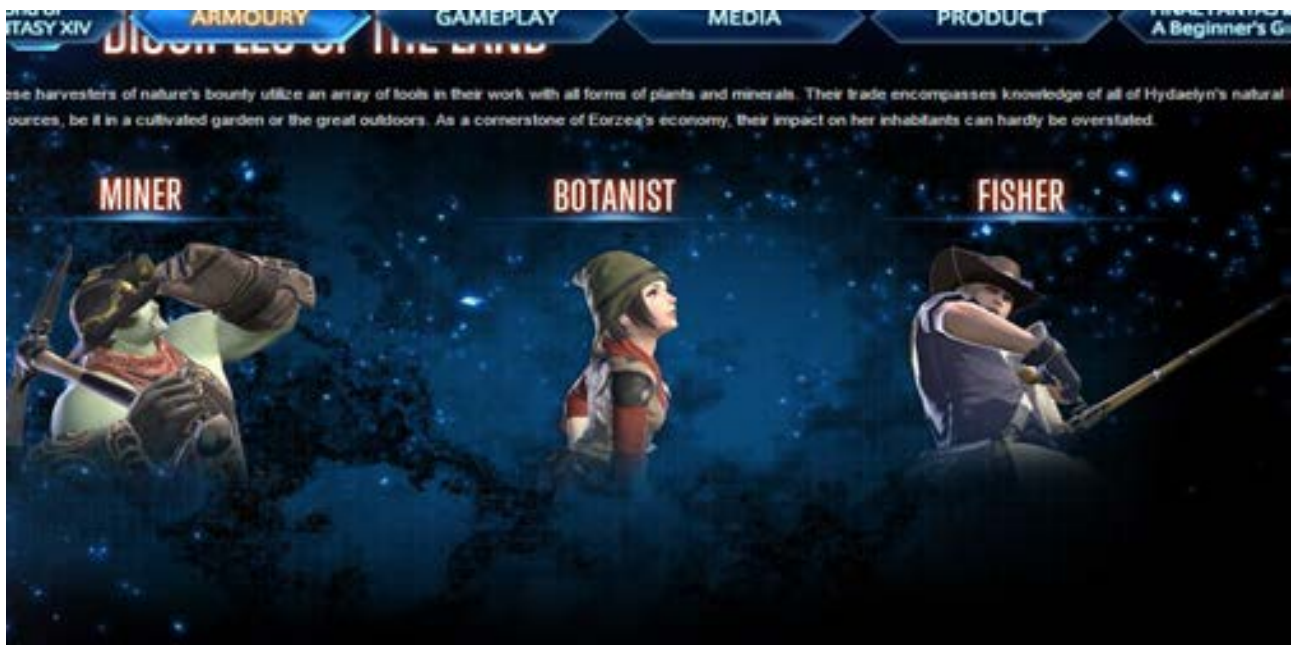


Imagem 2 – Opções dos “Disciples of the Land” no videogame *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*



Imagem 3 – Opções dos “Disciples of the Hand” no videogame *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*.

A escolha de uma classe no mundo virtual de *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* é semi-vinculativa, possibilitando o utilizador a alternância entre classes a qualquer momento. Não obstante, para determinadas situações de jogo, como por exemplo a exploração de “dungeons” ou em situação de luta com inimigos controlados pelo computador, têm de ser, obrigatoriamente, utilizadas classes de luta. Para cada conjunto de acções existe um “emprego” correspondente, característica traduzida pela gama de comandos, de ordens, possíveis de executar com o avatar: se queremos dar pontapés usamos um “Monk”, se queremos atacar com espadas recorremos a um “Paladin”, se desejamos conjurar bolas de fogo recorremos a um “Black Mage”. Ao jogar com um “Monk”, o videogame não me irá

apresentar um conjunto de comandos – de acções como dar um murro, desferir um golpe com uma espada, entre outros mais complexos – igual ao de um “Ninja” ou “Blacksmith”. Os controlos são limitados e moldados conforme a escolha de classe do utilizador, a qual tem, necessariamente, de ser adaptada à circunstância de jogabilidade; se estamos numa floresta repleta de inimigos convém jogarmos com um classe de guerra, mas se a nossa intenção for procurar minérios convém jogarmos com “Miner”, uma vez que um mago não possui as acções requeridas para extrair o produto de uma colina.

Outro exemplo de contexto estrutural será o dos videojogos *Fallout* – um FPS²² com contornos de RPG – e o dos videojogos *Elders Scroll*, ambos produzidos pela empresa Bethesda. Nestes videojogos não existe uma estrutura de classes, como no *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*, mas antes uma “skill tree”, uma estrutura homóloga. Cada videojogo possui uma versão conceptualmente diferente, mas estruturalmente análoga, por razões de diferenciação de jogabilidade, de variedade. Não obstante, as funções e a maneira como cada sistema de classes ou “skill tree” funcionam é transversal: no caso dos videojogos *Fallout* e *Elders Scroll*, o jogador possui “skills”, traços da personagem que vão sendo cada vez mais especializados por via da utilização. Por exemplo, a “skill” de “lockpicking” é aumentada por abrirmos portas com alfinetes de cabelo, a “skill” de tiro por tiros certos em inimigos, a “skill” de força muscular por combatermos sem armas, entre outras. Há, no conceito de contexto estrutural – adaptado aos géneros de videojogo RPG –, uma ideia subjacente de progressão, de incremento de experiência por via da utilização contínua. A progressão das classes e de “skills” possibilita não só um maior leque de acções, mas também um gama maior de armas e armaduras que o jogador pode utilizar.

O conjunto de limitações de práticas ou acções, por via de opção de “skill” ou classe, é característico do contexto estrutural, condicionando e direcionando as opções de jogo e a jogabilidade do utilizador. Não obstante a possibilidade de mudar de classe e de a própria escolha destas ser livre, há uma noção de contexto de utilização, de circunstâncias e propósitos/funções que obrigam o jogador a tomar decisões, a seleccionar o modelo de jogo. O contexto estrutural assume uma dimensão funcional: para fazer uma poção temos de jogar como alquimistas, para lutar contra um inimigo temos de utilizar uma classe de guerra, para curar um colega de equipa temos de jogar com um mago curandeiro. O que temos ou queremos fazer é acompanhado por uma opção estratégica de utilização de classes, que estrutura a abordagem a concretizar a cada momento, em cada situação.

Neste âmbito, o contexto estrutural pode ser confundido com a jogabilidade, o “gameplay”; tal confusão pode ser facilmente elucidada. Retomando o cenário do videojogo *Uncharted 2*, há um momento no qual a nossa personagem é atacada, na aldeia onde se encontra, por um exército privado. Emerge a figura de um tanque, do qual temos de nos esquivar – e dos seus ataques – enquanto procuramos locais de defesa e maneira de o destruir. A jogabilidade – ou “gameplay” – é enquadrada pelos vários contextos, é posta em evidência pela funcionalidade do que rodeia a personagem no mundo virtual do videojogo. A figura do tanque emerge tanto de forma visual, como narrativa, pois necessita de fazer sentido, de ter uma razão para surgir naquele momento e perseguir a personagem principal. Simbolicamente, a figura visual do tanque surge por processo de narrativa, o espaço – o caminho, o conjunto de ruas e telhados – da fuga é criado espacialmente, e existe um trilho a seguir. Estruturalmente as nossas armas comuns – pistola, metralhadora, caçadeira – não

²² - FPS são as siglas correspondes ao género “first-person shooter”.

funcionam, e a nossa “classe” – que nesta situação não é uma classe, mas uma opção de arma – de acção ofensiva é inadequada. O conjunto de procedimentos e evidências enquadram o “*gameplay*”, uma forma particular de jogar para que consigamos ultrapassar o obstáculo: temos um caminho definido, um conjunto de práticas a realizar; temos de jogar daquela maneira se quisermos ultrapassar o tanque.

1.4 – Contexto narrativo e narrativa

Como tenho referido ao longo do presente capítulo, duas das principais características da acção do contexto sobre os jogadores é a modelação dos seus movimentos e hábitos “*in-game*”, da sua jogabilidade, sendo a outra a transmissão das regras que o videojogo impõe sobre os seus utilizadores. Aquilo que desigmo por contexto dá a conhecer ao jogador o ambiente do videojogo, o que o rodeia, qual a história, o que tem de fazer, como o fazer; há um propósito na existência de determinados elementos, uma funcionalidade. A narrativa do videojogo assume um duplo propósito: funciona como agente de contextualização histórica²³ e catalisador de relações de teor mais emotivo com o videojogo e suas personagens. O conceito de contexto narrativo - e, por incremento o de narrativa – possui uma relação fortemente alicerçada na de mitologia (Krzywinska, T., 2006) interna, de um folclore narrativo inerente, veiculado sob a história do mundo virtual. A formação de uma noção de identidade “*in-game*”, presente no mundo virtual, é um efeito desejado de uma boa construção e contextualização narrativa: “*one of the pleasures of playing in the ‘World’ of Warcraft is becoming part of its pervasive mythology*” (Krzywinska, T., 2006, pp. 383). Para além da mitologia interna, actuam ainda sobre o utilizador uma concepção de imaginação cultural (Appadurai, A., 1996) e processos de fabricação identitária: as funcionalidades de cada vertente do contexto narrativo cumprem o propósito último de gerar uma identificação com o videojogo a nível emocional e narrativo. Produzindo um campo imaginário comum, uma mitologia interna²⁴ partilhada por todos os utilizadores, sendo este estruturado pela narrativa, conceptualiza-se uma identidade, enquanto jogador/utilizador e presença no mundo virtual, embrenhado no folclore do videojogo. O conceito de mitologia, presente nos videojogos, possui uma funcionalidade de teor estrutural:

“...to understand the game’s formal, aesthetic and structural specificity, its pleasures and potential meanings, it is essential to investigate how the mythic functions... mythic plays a primary role in making a consistent fantasy world in terms of game play, morality, culture, time, and environment. It provides a rationale for players’ actions, as well as the logic that underpins the stylistic profile of the game, its objects, tasks and characters. In terms of the ‘cultural’ environments of the game, the presence of a coherent and extensive myth scheme is core to the way differences and conflicts between races are organized. And, as a form of intertextual resonance, its mythology furnishes the game with a ‘thickness’ of meaning that promotes, for players, a sense of mythological being as well as encouraging an in-depth textual engagement” (Krzywinska, T., 2006, pp. 383).

²³ - Por contextualização histórica refiro-me tanto à ideia temporal, como à noção mais narrativa, de qual a história de fundo do videojogo. Configura o tempo histórico do videojogo e a ideia de narrativa da história.

²⁴ - Um excelente exemplo de como a mitologia interna/folclore de um videojogo se relaciona com a jogabilidade, imaginário e identidade do utilizador, está presente na série de vídeos explicativos da “*lore*” do videojogo *Dragon Age: Inquisition*: <https://www.youtube.com/watch?v=fwsL5uSMbwM&list=PL7pGJQV-jlzAYFb3DMtimVGD3kT1HEVIH> (o link contém o primeiro episódio, visualizado a 28 de Junho de 2017).

A mitologia incorpora a narrativa, fundindo elementos imaginários e identitários, alicerçando as estruturas contextuais que definem a jogabilidade.

Não obstante a relevância do conceito de mitologia, tal como é postulado por Tanya Krzywinska (2006), este não é um conceito abrangente, que represente a plenitude de variações narrativas possíveis de inculcar em videojogos. A noção de mitologia é aplicável na presença de um subjacente sentido de fantasia, de fantástico, mas a narrativa dos videojogos contém, igualmente, formulações ideológicas sociais não mitológicas. Está latente, na construção narrativa de múltiplos videojogos, uma ligação com concepções de índole social, económica, ou inclusive filosófica²⁵; há uma mimetização no processo de aplicação, ou adaptação, de filosofias políticas ou económicas ao mundo virtual interno do videojogo e ao respectivo folclore narrativo.

Postulações neoliberais encontram-se na base do funcionamento dos serviços de venda e compra “*in-game*”, mas “disfarçados”, de modo a serem inculcados no “*lore*” do videojogo; estratificações sociais sejam estas medievais ou relativas a classe económica, dividem tipos de personagens e como nos relacionamos com elas. A argumentação segundo a qual o contexto narrativo de um videojogo é exclusivamente mitológico é redutora, pois exclui as construções e estruturações que advêm do funcionamento mundano da nossa sociedade, as ideias, correntes e formas de estar na sociedade – características de cada momento histórico – integram a caracterização visual, contextual e narrativa do videojogo. Posto isto, o conceito de contexto narrativo consiste no somatório de todas estas propriedades e características. O contexto narrativo não é apenas mitológico, é também um referencial ao pensamento e modelos de organização social característicos de cada momento histórico, os quais serão inseridos, enquanto questões nodais da jogabilidade, através da narrativa.

Nos videojogos é a narrativa que providencia o “*background*”, que será o pano de fundo, sobre o qual se vai construir o espaço virtual e as suas retóricas identitárias e sociais:

“...the world should have a unifying consistency ... this means that the world has to have a history ... the world’s putative history, along with differences in the worldview of different groups and factions, are organized around certain core principles that work in concert to lend the world its integrity, vivacity, and dramatic gameplay possibilities ... mythic structures, references, and resonances play a core role in the creation of the game as coherent world, but they also have functional features” (Krzywinska, T., pp. 386-387).

O contexto narrativo funciona como uma bússola que orienta, por meio da história, o jogador no mundo virtual, providenciando-lhe motivações, directrizes de acções e campos de escolha. Imaginemos a seguinte situação: vamos experimentar ler um livro, da autora Iris Murdoch, pois sabemos que é uma das mais consagradas escritoras da língua inglesa e foi pupila de Wittgenstein. A obra que vamos ler, o romance “*Sob a Rede*”, tem uma estrutura narrativa definida – um princípio, um fim, um conjunto de personagens que atravessam espaços geográficos e temporais – mas se, subitamente, abrirmos o livro a meio da história deparamo-nos com dois homens, numa apartamento a tentarem, aparentemente, roubar um cão. Quais os motivos para eles estarem a tentar roubar um cão? Será que estão realmente a

²⁵ - A saga de videojogos *Bioshock*, por exemplo, baseia-se no Objectivismo postulado por Ayn Rand, e nas directrizes do “*american exceptionalism*”.

roubar o cão, ou a salvá-lo? Quem são aquelas pessoas, onde é que elas estão? Qual o motivo para a sua presença naquele apartamento? Quais as motivações para estarem naquele lugar, a fazerem o que estão a fazer? Qual é, em certa medida, o enquadramento do cenário? A principal consequência de começar uma narrativa a meio é não acedermos ao contexto da mitologia e da filosofia desta. A funcionalidade principal do contexto narrativo é providenciar este “*background*”, tornar a história uma realidade relacional e funcional, capaz de moldar experiência do jogador e de a tornar mais interactiva.

No videogame em estudo, *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*, o contexto narrativo e a sua mitologia dá-nos a conhecer a história do reino virtual²⁶ no qual se desenvolvem os eventos, estando este espaço dividido em quatro áreas basilares: a cidade de *Ul'Dah*, um sultanato situado no deserto; o estado-nação de *Gridania*, uma região de floresta densa; a talassocracia de *Limsa Lominsa*, região de extensas praias e penhascos aterradores; e a teocracia de *Ishgard*, uma cidade situada no meio de montanhas repletas de neve. Cada região assume um contexto espacial paisagístico específico, uma forma particular de organização política, e uma narrativa diferente, que explicita como cada cidade se organiza, como se relaciona como os cidadãos, quais são as principais características económicas, entre outras características. Outra função do contexto narrativo é a de enquadrar a hierarquização rática do videogame. Esta subdivide-se em *Hyur* – uma raça que se assemelha à dos humanos -, *Elezen* – o correspondente a elfos -, *Lalafell* - uma raça de pequenos humanos -, *Rodegadyne* – um raça de indivíduos muito musculados e altos – e *Miqo'te* – uma raça de humanos com traços felinos. Cada raça possui uma curta caracterização narrativa, se são nómadas, caçadores ou colectores, a região de que provêm. Um pequeno texto explicativo precede a escolha de raça com que vamos jogar, ainda que, em última instância, esta não gere consequências funcionais no decorrer do videogame. A escolha é puramente cosmética, visual, pois, independentemente da raça com que jogamos, a narrativa mantém-se inalterada. O contexto narrativo da raça actua a níveis relacionais, para estabelecer uma empatia imaginária para com a dimensão mitológica da raça, uma relação com a história temporal e circunstancial da raça, relegando, nesta circunstância, a função de enquadramento prático – do que devemos fazer ao longo do jogo, de onde devemos ir, com que propósito – para a narrativa em si. Tal como num romance, no qual o decorrer do fio narrativo vai, gradualmente, expondo os acontecimentos e as circunstâncias, é o contexto narrativo que desempenha o papel de guiar os acontecimentos. O processo ocorre por via do cumprimento de “*quests*”²⁷ que nos vão sendo indicadas pelo universo de personagens que o videogame providencia²⁸. Um videogame como o *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*²⁹ possui uma estrutura narrativa densa pontuada por múltiplas funções:

²⁶ - Os espaços do videogame e a as suas narrativas podem, em certa medida, ser classificados como não-lugares (Augé, M., 2009 [1992]), uma vez que são lugares de passagem, sendo esta confinada ao tempo de uso do videogame.

²⁷ - “*Quests*” são pequenas aventuras que nos são referenciadas/providenciadas por personagens específicas. Através do cumprimento destas “*quests*” – execução de um conjunto de acções ou lutas, por exemplo – a narrativa vai-se desenvolvendo, e o jogador progride na história, tanto temporal como espacialmente.

²⁸ - Há dois tipos de “*quests*”: as obrigatórias, que estão directamente relacionadas com a narrativa principal do videogame, e as opcionais, cujo intuito é de nos oferecer contexto extra, itens, dinheiro e/ou experiência.

²⁹ - Uma das características mais vincadas de videogames do género RPG é a sua densidade narrativa.

caracteriza e é caracterizada pelo espaço visual³⁰, elabora cariz das personagens, as suas motivações, o decorrer do tempo, a meteorologia; praticamente todos os aspectos e directrizes do videojogo.

Subjacente à narrativa existe uma noção de imaginário comum, a qual actua tanto na construção de um imaginário cultural (Appadurai, A., 1996) interno³¹ do videojogo, como no imaginário cultural externo ao videojogo. Internamente – virtualmente – a narrativa perpetua-se, é transversal aos jogadores, sendo que todos são contextualizados por ela, definindo inúmeras directrizes, relações, práticas; externamente a narrativa afecta o jogador no estabelecimento de um reconhecimento comum do produto. As propriedades do contexto narrativo funcionam, por via da leitura externa, como potenciadora de uma consciência comum do que é o videojogo, do seu tema. Funciona como uma marca, no sentido em que conhecemos o nome: podemos não conhecer as peças de roupa concretamente, mas reconhecemos o seu estilo. Por via do contexto narrativo há um reconhecimento de que os títulos *Final Fantasy* retratam mundos de fantasia, que os títulos *Fallout* um mundo pós-apocalíptico: ocorre uma estruturação da imaginação em torno da história do videojogo - a narrativa torna-se um símbolo de referência e de identificação.

O contexto narrativo não actua unicamente sobre a transmissão de regras e modelação de práticas; actua, igualmente, sobre a produção de uma identidade cultural. Os meios de produção da identidade cultural, no contexto mediático e tecnológico pós-moderno, são alvo de estudo por autores como Arjun Appadurai (1996), traçando os processos de desenvolvimento de um imaginário comum. Este imaginário, instigado, em grande medida, pela forte exposição mediática, cinematográfica, pela Internet, pelos meios de comunicação e pelo desenvolvimento tecnológico dos meios de transporte, torna-se comum a várias sociedades, sendo possível identificar traços, gostos e práticas culturais transversais. A força imaginária – “...*the work of the imagination as a constitutive feature of modern subjectivity*” (Appadurai, A., 1996, pp. 3) -, de projecção de gostos e noções de identidades para além daqueles compreendidos pelo nosso imaginário quotidiano, assume contornos preponderantes no estabelecimento deste globalismo conceptual, traduzido num conjunto de hábitos culturais extra fronteiras. A narrativa, também ela, irá desfrutar do poder de projecção veiculado pela imaginação e pelos instrumentos mediáticos. O papel da imaginação na construção e partilha da narrativa é preponderante. A “*imagination in the post electronic world*” (Appadurai, A., pp.5), como definida por Appadurai (1996), funda-se em três pilares conceptuais: a transformação desta num processo quotidiano –

“first, the imagination has broken out of the special expressive space of art, myth, and ritual and has now become a part of the quotidian mental work of ordinary people in many societies. It has entered the logic of ordinary life from which it had largely been successfully sequestered ... Ordinary people have begun to deploy their imaginations in the practice of their everyday lives” (pp.5)

³⁰ - Regularmente as narrativas servem de caracterização ao estilo de imagem e visuais a utilizar no videojogo, que por sua vez reforçam a densidade da mitologia interna. Por exemplo, a saga *Final Fantasy* trabalha visuais fantásticos, com traços medievais ou industriais, conforme a edição do videojogo. *Fallout 4*, por sua vez, retrata uma sociedade pós-apocalíptica, pelo que os visuais retratam cenários destruídos, repletos de lixo e toxicidade.

³¹ - A função interna de “*myth*”, de acordo com Katya Krzywinska (2006), é a de “*structural function; play a role in shaping the experience of the game world and its temporal condition; and are also apparent in the registers of style, resonance and rhetoric ... contributes to the high fantasy ambience of the game and provide in different ways the means of locating players meaningfully in the world*” (pp. 384).

-, tratando-se de uma noção distinta da de fantasia, e, como tal, retendo uma capacidade de criar um sentido de união/coesão –

“the second distinction is between imagination and fantasy ... the idea of fantasy carries with it the inescapable connotation of thought divorced from projects and actions, and it also has a private, even individualistic sound about it. The imagination, on the other hand, has a projective sense about it, the sense of being prelude to some sort of expression, whether aesthetic or otherwise. Fantasy can dissipate (because its logic is so often autotelic), but the imagination, especially when collective, can become the fuel for action. It is the imagination, in its collective forms, that creates ideas of neighborhood and nationhood, of moral economies and unjust rule, of higher wages and foreign labor prospects” (pp. 6-7)

– e por fim, a distinção entre o sentido individual e o sentido colectivo das propriedades da imaginação –

“the third distinction is between the individual and collective senses of the imagination. It is important to stress here that I am speaking of the imagination now as a property of collectives, and not merely as a faculty of the gifted individual ... Part of what the mass media make possible, because of the conditions of collective reading, criticism, and pleasure, is what I have elsewhere called a ‘community of sentiment’, a group that begins to imagine and feel things together” (pp. 8.)

Estes elementos transformam o imaginário do videojogo num imaginário cultural, partilhado por comunidades imaginadas (Anderson, B., 2006 [1983]) organizadas em torno do próprio videojogo, objecto de entretenimento e ainda na sua dimensão social virtual.

A narrativa do videojogo *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* desenvolve-se em torno de uma personagem, caracterizada como um herói, uma pessoa de interesse especial: *“with ancient precedents and popular articulations, the hero quest is something that figures strongly in the collective consciousness and thereby provides a shorthand way of setting expectations and a proven mode for encouraging identification”* (Krzywinska, T., 2006, pp. 386). O *“background”* imaginário é providenciado pela perspectiva da figura do herói e da sua narrativa pessoal. Tal como acontece num livro, em que a narrativa se constrói em torno da personagem principal - ou de um conjunto de personagens - o contexto narrativo do videojogo tem como peça fulcral o herói, a personagem principal. Por via da composição gráfica e tecnológica a narrativa – o herói e sua história - é concretizável sob a dimensão de um contexto virtual, sob uma narrativa virtual; uma história tornada aventura virtual, moldada pelas nossas acções enquanto jogadores, na qual uma personagem retratada como um herói virtual é inteiramente diferente dos habituais modelos de representação e de outras narrativas de media: *“this form of narrative is different from television, for example, because the ways in which the narrative unfolds is shaped by the contingency of the players’ action in the game world”* (Ash, J.; Gallacher, Lesley A., 2011, pp. 353). Não obstante, as propriedades e dimensões funcionais da personagem continuam as mesmas quando aplicadas ao herói virtual: cumpre-se o propósito de identificação, de um “efeito-espelho” com a personalidade e história da personagem. Revemo-nos na personagem que nos é apresentada como sendo o nosso referencial no mundo virtual e os seus contornos, provocando um maior “engagement” e relação com o videojogo: *“...playing at or identifying with a hero, fictional or otherwise, affords a vicarious yet pleasurable sense of agency, the sphere of which is extended and exploited by many games”* (Krzywinska, T., 2006, pp. 386).

Os processos de criação de uma identidade virtual, por via do contexto narrativo,

funcionam de forma homóloga aos de estabelecimento de uma identidade partilhada no contexto nacional. Utilizando como referência o trabalho de João Leal (2000, 2009, 2009(2), 2010) relativamente ao Estado Novo português, é possível estabelecer um paralelo entre o uso de folclore e o contexto narrativo enquanto produtores de identidade(s).

Recorrendo a conjuntos de referências ao “tipicamente português” – o caso do concurso Aldeia Mais Portuguesa de Portugal, o exemplo da Exposição do Mundo Português – foi possível moldar noções de identidade nacional de modo a estas estarem de acordo com o projeto ideológico do Estado Novo, com a conceção nacional assumida pela ditadura. A estruturação dos hábitos dos cidadãos - numa perspectiva de corpos dóceis³² e o inerente processo de disciplina (Foucault, M., 2013 [1975]) - eram concretizadas, através da escola em projetos como as “Lições de Salazar”, da Legião Portuguesa e Mocidade Portuguesa³³; tais práticas e ensinamentos tinham como propósito adequar a conceção identitária - num contexto nacional - da criança, jovem adulto e adolescente assumida pelo Estado Novo; recorre-se à construção de um património imaterial (Leal, J., 2009) que moldará a noção de identidade. Hannah Arendt (2006 [1963]) expõe uma noção equiparável - referindo-se à questão da noção de culpa de Eichman e ao seu referencial interno de valores; Arendt (2006 [1963]) considerava os actos Eichman como cumprimentos de ordens. Para Eichman não houve uma consciencialização racional das suas acções: estas foram sempre encaradas sob a aura do nazismo, das suas crenças políticas, tornando-se pilares identitários. Há uma gradual substituição da identidade individual pela identidade colectiva cuja assunção é considerável e imprescindível, cuja atribuição é desejável aos cidadãos. Por via do contexto narrativo ocorre um processo equivalente, mas sem as conotações pejorativas, uma vez que se trata de um videojogo, não de um mecanismo de estado ditatorial. A nossa identidade enquanto jogador é substituída pela identidade da personagem, pela sua narrativa; eu, no mundo virtual de *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*, não sou o Tomás, sou a personagem principal, o herói cuja história se centra na salvação de um reino. De acordo com esta perspectiva, a nossa identidade virtual é fruto da imaginação narrativa de outros, da mitologia interna construída pelos escritores do videojogo: não é algo que possamos escolher, por via das nossas opções. É antes uma força contextual que condiciona as nossas decisões, por vezes negando-as por completo, dado que não temos outra opção para progredir no videojogo senão a de completar as “*main quests*”.

Para além de uma força contextual que age sobre nós - enquanto personagens da narrativa virtual - as propriedades da imaginação são elas próprias temporais, ou seja, desenvolvem-se num contínuo que evoca o passado para o presente imaginário, integrando a nossa memória na esfera nostálgica. Tal ocorrência decorre de um efeito “secundário” da identificação com o contexto narrativo, da construção de referenciais identitários no seio de uma estrutura virtual. Neste contexto, desencadeia-se uma resposta emocional, como registei numa entrevista a dois jogadores:

³² - “O momento histórico das disciplinas é quando nasce uma arte do corpo humano, que não visa apenas o desenvolvimento das suas capacidades, nem o aprofundamento da sua sujeição, mas a formação de uma relação que, no mesmo mecanismo, o torna tanto mais obediente quanto mais útil e inversamente ... O corpo entra num maquinismo de poder que o explora, desarticula e recompõe ... A disciplina é uma anatomia política do pormenor” (Foucault, M., (2013 [1975]), pp. 160 – 161).

³³ - As lições de Salazar possuem um carácter educativo mais teórico, ao passo que tanto a Legião como a Mocidade retêm um carácter militarizado

“Tomás – Vocês lembram-se do bairro do CJ no GTA San Andreas³⁴?

Jogador 1 – Baias, ya, claro!

Jogador 2 – Ui, há tempos! C****o do CJ! Esse gajo foi das melhores coisas que já aconteceram aos jogos.

Tomás – Sim, foi e é uma estupenda personagem. Mas recordam-se do bairro dele?

Jogador 2 – A casa dele era da mãe ou coisa assim, não era? Lembro-me bem da imagem do lugar. Era um espaço estranho, mas havia aquele sentido de epá... Gangue, aquilo transmitia mesmo aquela “vibe” de gangue.

Jogador 1 – O bairro do CJ é daquelas coisas que qualquer jogador decente tem de conhecer.

Tomás – Como é que classificariam a lembrança do bairro?

Jogador 1 – Epá, quase como um ícone diria eu. É daquelas coisas que uma pessoa não esquece facilmente. É quase a Torre Eiffel de uma geração de videojogos. Aliás, jogo era fantástico. O raio do Big Smoke era uma personagem completamente marada daquele cérebro.

Jogador 2 – Tudo aquilo marcou a nossa geração. O aspecto daquele lugar, as horas que passámos a vaguear pelo mapa, a meter “cheats”³⁵, simplesmente a fazer porcarias por todo o lado. Mas sabíamos que o CJ era único, aquela personagem tinha uma história impressionante.

Jogador 1 – A forma como foi tramado pela polícia desde o início! Depois o irmão na prisão e os tipos do gangue do bairro dele a traírem-no... Daqueles contos de amizade que epá, mexem sempre com uma pessoa...

Jogador 2 – E o gajo das drogas, lembram-se? Era um tipo sempre mocado, sempre a fumar qualquer coisa.

Tomás – A voz era do Dennis Hopper.

Jogador 1 – A sério? Não sabia. Mas isso só demonstra o quão interessantes são as histórias do jogo às vezes.”

A narrativa do videojogo *GTA San Andreas* perpetua-se na memória destes dois jogadores como um referencial de geração, de satisfação, e espacial, identificando a história da personagem principal com a imagem do bairro degradado de que este é originário. Este processo resulta na transformação do videojogo num referencial simbólico, num ícone presente na imaginação cultural partilhada pelos utilizadores, actuando como elo de ligação e de reconhecimento mútuo. Latente no segmento de entrevista é o sentido de continuidade entre as arenas actuais e virtuais: no espaço do imaginário de ambos os jogadores a relação

³⁴ - *GTA San Andreas*, ou *Grand Theft Auto San Andreas*, é um videojogo da produtora Rockstar. Este videojogo em particular marcou a minha geração, graças à sua narrativa bem construída, que granjeou popularidade. O jogador era integrado num mundo de droga, crime, diferenças raciais e sócio-económicas, prostituição, discriminação e abuso de poder por parte das autoridades. A personagem principal, Carl Johnson, ou CJ, um indivíduo de raça negra, oriundo de um bairro social, caracterizado pelas guerras de gangues de droga e extrema pobreza, integrava uma narrativa que retrava as sucessivas rupturas estruturais e sociais da América do Norte pós-moderna.

³⁵ - “*Cheats*” é o termo que designa os códigos/combinções de teclas que provocam alterações ao videojogo. Os volumes da saga *GTA* são conhecidos por possuírem uma vasta gama de “*cheats*”. Estas alterações já estão previstas no código inicial do videojogo, sendo desencadeadas por acção do jogador através de uma combinação. “*Cheats*” têm como possíveis consequências o incremento de dinheiro no videojogo, alterar as condições meteorológicas, recuperar saúde, ganhar armas de fogo novas, entre outras possibilidades.

dinâmica é assumida como natural, como nada fosse senão uma transição. Nesse sentido a matriz emocional actua como ponto de ligação, como factor de porosidade.

O contexto narrativo actua sobre a jogabilidade, orientando o jogador no mundo virtual e na sua lógica virtual: define as regras relacionais e de convivência social a cada momento de jogo, nos sucessivos espectros narrativos, determina o passar do tempo dentro do videojogo por via de uma contextualização histórica, confere, ao jogador, um sentido de identidade virtual que é o produto de uma moldação de hábitos e uma relação emocional para com a narrativa e os seus intervenientes. Da mesma forma que a leitura, também as personagens do videojogo terão um impacto severo em nós, enquanto seres detentores de uma identidade cultural moldada pelos processos mediáticos do mundo hipermoderno: *“videogames not only incorporate representations of landscape, they are themselves a form of landscape representation that communicate ideas about how the world is and how it should be”* (Logan, M., 2008, pp.23).

2 – “Affect”

Os vários tipos de contexto actuam no corpo virtual do jogador, numa perspectiva de disciplina (Foucault, M., 2013 [1975]), menos restritiva e com maior incidência no propósito último de guiar o jogador num espaço virtual e de moldar o conjunto de acções e hábitos. Poderão ser encaradas, em última instância, estratégias que permitem ao jogador adquirir experiência de jogo no novo mundo³⁶, transmitindo-lhe igualmente as regras e circunstâncias de jogo. Os videojogos possuem uma vertente de poder, de exercício deste, uma vez que o jogador cumpre a premissa do mundo de quem o contruiu de modo a tornar-se vitorioso. O jogador não está na posse – pelo menos não inteiramente – das possibilidades de acções e práticas disponíveis no mundo actual. Pode decidir como se mover, que ataques utilizar, mas estes são elementos de um leque previamente definido pelos produtores (Ash, J., 2009). Esta escolha previamente estipulada tem, também, uma intenção, uma função, tal como James Ash (2009) argumenta, ao estudar o processo de teste de videojogos:

“... through emerging technologies and techniques utilized in videogame testing, game designers go further than selecting what pre-given or already occurrent event is shown; through various calculative logics of anticipation and preemption, they actively attempt to shape the very contingency of the event itself prior to a specific content or situation ... Videogame designers manipulate spatiotemporal aspects of the game environment in an attempt to produce positively affective encounters for users (by which I mean encounters which increase the body’s capacity to act and produce associated positive senses of intensity)” (pp. 654).

Os contextos dos videojogos são previamente definidos de acordo com a intenção dos produtores em transmitir o conjunto de regras do jogo em si, de disciplinar as práticas de jogo e também de procurar alcançar estados emocionais específicos e consequentes respostas por parte dos jogadores. Há, subjacente, um desejo de direccionar a jogabilidade:

³⁶ - *The term ‘world’ does not refer to an extant thing but rather the context or background against which particular things show up and take on significance: a mobile but more or less stable ensemble of practices, involvements, relations, capacities, tendencies and affordance ... In this sense ‘worlds’ are not formed in the mind before they are lived in, rather we come to know and enact a world from inhabiting it, from becoming attuned to its differences, positions and juxtapositions, from a training of our senses, dispositions and expectations and from being able to initiate, imitate and elaborate skilled lines of action”* (Anderson, B.; Harrison, P., 2010, pp. 8-9).

“practices of anticipatory manipulation, such as those implemented in the design and testing of videogames, can shape the subliminal realm of ‘doing without thinking’ ...” (Ash, J., 2009, pp. 655).

Videojogos são elementos muito distintos dentro do campo das práticas de media, devido ao à particular forma de “duplicar” a nossa sensação de presença num mundo – virtual e actual –, as acções, práticas emergentes e simbolismos. A existência de duas arenas dinâmicas pressupõem que em certa medida as composições estruturais, narrativas e contextuais sejam algo homólogas, de modo estabelecer interligação e porosidade. Existe uma porosidade na continuidade entre o virtual e o actual, a qual considero como afectiva, oriunda de “*affect*” (Deleuze, G., 1988, Deleuze, G.; Guatarri, F., 1980 [2004], Massumi, B., 2002, 2010). Esta é resultante de uma inter-correlação de práticas emergentes entre o jogador/utilizador e o respectivo avatar.

Depreenda-se que “*affect*” é um conceito de apreensão complexa. Deleuze (1988) define-o como “*the outcome of the encounter between entities and how entities are affected by these encounters*” (Ash, J., 2014, pp. 1), ao passo que Massumi (2002) considera o conceito como um mecanismo de ligação operacional. Inerente a ambas as definições reconhece-se a dualidade tecnologia-homem e a presença do não-representacional ou uma dimensão emocional. Porventura uma das melhores definições de “*affect*” é-nos providenciada por Gregory J. Seigworth e Melissa Gregg (2010):

“affect arises in the midst of in-between-ness: in the capacities to act and to be acted upon. Affect is an impingement or extrusion of a momentary or sometimes more sustained state of relation as well as the passage (and the duration of passage) of forces or intensities. That is, affect is found in those intensities that pass body to body (human, nonhuman, part-body, and otherwise), in those resonances that circulate about, between, and sometimes stick to bodies and worlds, and in the very passages or variations between these intensities and resonances themselves. Affect, at its most anthropomorphic, is the name we give to these forces...” (pp.1).

Dentro do compêndio de estudos de “*affect theory*”, recorro, no presente trabalho, a uma mistura de vertentes de “*embodiment*” (Seigworth, G., J.; Gregg, M., 2010), de “*assemblages of the human/machine/inorganic*” (Seigworth, G., J.; Gregg, M., 2010, pp.8), e “*discourses of the emotions ... to unfold regimes of expressivity that are tied much more to resonant worldings and diffusions of feeling/passions – often including atmospheres of sociality, crowd behaviors, contagions of feeling, matters of belonging ...*” (Seigworth, G., J.; Gregg, M., 2010, pp.8), de modo a explorar a forma como a sociedade virtual, inerente a um videojogo MMORPG, interage com o utilizador, sob o espectro do respectivo avatar. Contudo, não pretendo aqui analisar as variadas perspectivas e abordagens de “*affect theory*”³⁷; o meu objectivo é exemplificar como este conceito funciona nos videojogos, e como este afecta as práticas do jogador. Acrescento que “*affect*”, relacionado com videojogos e a respectiva jogabilidade, pode ser perspectivado como o não-representacional, o elemento de porosidade entre dois mundos, traduzindo práticas emergentes e respostas de teor emocional.

Um dos modelos de “*affect*” que registei ao jogar o videojogo *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* prende-se com as estruturas de linguagem dos próprios jogadores. O videojogo possuiu um *chat*, através do qual os jogadores comunicam entre si, e é neste

³⁷ - Para um profunda análise de como “*affect theory*” pode ser empregue, sob várias dimensões, a videojogos ver James Ash (2009, 2010, 2010 (2) 2011, 2012, 2012 (2), 2013, 2013 (2) 2014).

campo que surgem curiosas manifestações. Aquando o jogo de “*dungeons*” em *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*, os jogadores são agrupados em grupos de quatro ou oito de cada vez, jogando em modelo de “*co-op*” – “*co-operation*” – pela duração do nível/espço. Quando defrontamos um “*boss*” nas “*dungeons*” observamos – na maioria dos combates – que um jogador irá escrever uma mensagem para o grupo através do “*in-game chat*”: “*lb*”. “*lb*” é um diminutivo de “*limit break*”, um ataque especial – que o avatar pode executar – normalmente reservado para batalhas complicadas. Vários jogadores respondem ao grito por “*lb*” com questões: o que é, o que é que significa, o que devem fazer; isto distingue os jogadores mais experientes, conhecedores, de utilizadores recentes, ainda sem experiência de jogo. “*Affect*”, neste exemplo, manifesta-se na forma não-representacional como os jogadores comunicam entre si através de expressões simplificadas e se identificam como sendo jogadores experientes – ou não – por meio de interpretação da linguagem. O elemento virtual – a comunicação textual no contexto de batalha – é traduzida para o actual como uma forma de identificação mútua, seguidamente devolvida ao virtual ao anteciparmos – ou não – o “*lb*”, fruto de leitura dos restantes jogadores do grupo, realizada no plano físico, enquanto humanos. Ao compreendermos a reacção humana ao “*lb*”, traduzia pela comunicação no *chat*, podemos calcular temporalmente o momento ideal para atacar; a estratégia de combate é moldada pela identificação do tipo de jogadores que compõem o grupo, a qual é possível pela graças à leitura das reacções à palavra “*lb*”.

Niko Besnier (1990), citando Lyons (1977), indica que a noção de “*linguistic meaning*” (Besnier, N., 1990) pode ser dividida em

“three components: descriptive meaning (frequently termed ‘referential’, ‘propositional’, ‘notional’ or ‘denotative’) – i.e. the mapping of linguistic signs onto the entities and processes they describe; social meaning, consisting of the social categories (gender, social class, ethnicity, situation, etc) represented in language; and expressive (or ‘affective’ or ‘emotive’) meaning, representing the speaker’s or writer’s feelings, moods, dispositions, and attitudes toward the propositional content of the message and the communicative context” (Besnier, N., 1990, pp. 419).

Não obstante as variantes deste modelo (Malinowski, B., 1946 [1923]), há uma relevância significativa em ponderar o uso do termo “*lb*” nos termos propostos. Besnier (1990) explica que “*a strict distinction among referential, social, and affective meanings rests on several assumptions. First, meaning must be seen as a unidirectional mapping from a predefined reality onto arbitrary linguistic forms ... Second, cognition and emotion ... must be assumed to be dichotomous. Third, where such a distinction is strictly adhered to meaning, is also attributed to the language producer, thus affective meaning is seen as the encoding of the speaker’s emotions”* (pp.419-420), pilares teóricos cujo propósito é o de enquadrar teoricamente o estudo linguístico.

“*Lb*”, na circunstância de uso que descrevi, possui vários significados expressivos: descreve o ataque “*limit breaker*”, evidencia as categorias sociais dos jogadores – experiente vs. não-experiente – e o “*affective meaning*”. Analisando em pormenor a dimensão afectiva do uso de “*lb*”, a primeira noção a ponderar será que “*lb*” é um diminutivo de “*limit breaker*”: “*diminutive and augmentative affixes in Indo-European and Amerindian languages indicate sympathy, endearment, emotional closeness, or antipathy, condescension, and emotional distance”* (Besnier, N., 1990, pp. 424). A utilização de um diminutivo, e não do nome completo do ataque, possui duas dimensões: uma de teor funcional - de objectividade, da necessidade de um planeamento temporal da cadência da batalha – e outra de distanciamento entre jogadores. Recorrer a diminutivos, ou a modelos

de construções fráscas – inseridas em narrativas - “*provide language users with the tools for creating particular affective worlds in narrative and other expositions*” (Besnier N., 1990, pp. 425), e o uso de um diminutivo é simbólico do tipo de relação estabelecida entre os jogadores do mesmo grupo. “*Lb*” advém de uma parceria circunstancial, de uma relação de grupo construída para funcionar durante um espaço temporal limitado, num local particular. Há uma subjacente necessidade de colaboração sem que esta implique a obrigatoriedade de uma dimensão emocional, de amizade entre os diferentes membros do grupo; é a necessidade iminente de colaboração que define o uso de “*lb*”, de modo a facilitar a comunicação. Consequentemente “*lb*” denota, igualmente, a distância entre os jogadores: são parceiros de circunstância, não amigos. Ao empregar este termo estaremos a evidenciar a relação – simbólica e contextualmente – entre o grupo.

A dimensão social de uma “*dungeon*” pode ainda actuar de outras formas sobre o jogador:

“Tomás – Do you prefer playing with unknown players, or is your FC always a better choice?

Apple Gear – It’s a different experience, with both of them. Players whom I don’t know always have a tendency to stare at my amour, ahahahahah. No, I’m kidding, sorry. But it’s kinda like that, ya know, the whole “hey I’m new here” thing. It’s weird at times.

Tomás – Define the weird thing Ap.

Apple Gear – Well, it’s like you’ve said, they’re unknown players. In every sense of the word. I don’t know who they are, how they play, how a good a player they are. I meant, I could be dealing with noobs for all I know! Each player has it’s own style of game, they’re own way of attacking, of healing. If you’re in a group of unknown players you have no idea if the healer is gonna heal with the best timing, or just let you die in the middle of the f*****g snow!

Tomás – So, there’s a difference?

Apple Gear – You could argue so. With FC players you know what to expect. I know you’re a great DPS, and s**k at tanking ahahah.

Tomás – I’m even worst at healing, you know that.

Apple Gear – True that. But in knowing that I can anticipate your choices, I know how you attack. I mean, we’ve played dozens of dungeons together, it’s like a team binding sort of thing.

Tomás – And what about the way you, as Apple, play when with random players?

Apple Gear – I guess I tend to be way more cautious, not joking around, jumping and being stupid ahahah. I’m more controlled, more serious I guess. I mean, you have to. What hell of an impression are gonna give out then? That you’re an a*****e of a player? Or even worst, a noob?”

Assinale-se neste segmento de entrevista, a forma como a socialização obrigatória de uma “*dungeon*” pode moldar as nossas práticas, limitando-as não por um motivo contextual ou estrutural, mas emocional; não desejamos passar vergonhas, ou ser considerados maus

jogadores ou maus companheiros. Aquilo que é considerado “*atmosphere*”³⁸ (Ash, J., 2013) exerce a sua força simbólica social sobre Apple Gear, moldando emocionalmente as suas práticas.

A dimensão social da jogabilidade não actua sobre o jogador de forma homogénea. Esta particularidade, latente no segmento de entrevista, auxilia a fundamentação do uso generalizado de modelos de jogo “*multiplayer*”. O propósito não é exclusivamente o de oferecer novas formas de jogabilidade ao utilizador, mas também de o condicionar conforme as necessidades do momento e espaço em que este se encontra inserido. O propósito dos designers torna-se, por este motivo, divergente do dos jogadores. Saliente, por via deste exemplo, a forma como o espaço de estudo nos é apresentado, ou dado, em vez de construído. Considerar o modelo contextual, as atmosferas de jogo ou a afectividade sem ponderar o plano tecnológico em que o utilizador se encontra irá apenas minimizar a complexidade das reflexões. Os processos aqui descritos são produto de dinâmicas entre homem e tecnologia, originárias de um dado espaço jogável e virtual e estendendo-se à própria condição social do utilizador. Os espaços que definem as dinâmicas já existem: eles foram construídos por equipas multidisciplinares com o objectivo de providenciar ao utilizador uma determinada experiência, um sentido de jogabilidade.

Ainda no que concerne ao impacto afectivo que um videojogo pode ter no seu utilizador, cite-se o exemplo narrativo de *Fallout 4*. A narrativa do videojogo *Fallout 4* é centrada em torno de uma personagem - um pai ou uma mãe, conforme a escolha do sexo do avatar - a quem o filho foi roubado por um assassino misterioso. A história explora as várias etapas de perseguição, investigação e luta da personagem principal de modo a alcançar o objectivo último de recuperar o seu filho, um rapaz chamado Shaun. Perto do fim do videojogo há um momento em que acedemos a um espaço subterrâneo, um imenso laboratório/sede de um grupo científico intitulado “*The Institute*”; o nosso filho encontra-se lá retido, vemo-lo enclausurado numa espécie de câmara hiperbárica gigante, e eis que surge uma figura - controlada pela inteligência artificial do videojogo - envergando um casaco de laboratório. A primeira reacção de muitos jogadores - vários entrevistados e eu, inclusive - é a de imediatamente matar a tiro a figura³⁹, uma vez que a finalidade de nos termos deslocado àquele lugar é a de resgatar Shaun. A problemática aqui latente é que a reacção de matar a tiro a figura - que, curiosamente, é Shaun, pois a figura enclausurada é um ciborgue - arruína o videojogo, encravando todo o sistema, ou, como se diz em linguagem de “*gamming*”: “*it literally breaks the game*”.

Dois elementos cruciais a reter deste exemplo: primeiro que a forma como a jogabilidade de um videojogo é contextualizada é extremamente importante, e, nesta situação em particular tal não foi feito correctamente, uma vez que a narrativa não inclui - no âmbito do código - a possibilidade de um jogador decidir resgatar o seu filho ciborgue. Segundo - e permanecendo neste fio lógico - a não inclusão desta linha narrativa advém, especulativamente, de uma não teorização da extensão da envolvência e impacto emocional que a história poderia ter nos jogadores. “*Affect*” manifesta-se, neste exemplo, como a

³⁸ - “... Has long been a term utilized by social scientists and theorists to denote shared feelings and moods in a particular space or environment ... there is also recognition that technical and non-human objects and structures can produce and shape affective atmospheres” (Ash, J., 2013, pp. 22)

³⁹ - Esta situação pode ser visualizada no seguinte vídeo, na parte três da história: <https://www.youtube.com/watch?v=A34poZ6paGs&t=3s> (visualizado a 09 de Julho de 2017).

tomada de decisão de matar a figura, de gerar uma prática não prevista na estrutura original, e da subsequente motivação emocional instigada pela narrativa; queremos resgatar Shaun porque já nos embrenhámos na narrativa, somos o pai/mãe que só quer ter de volta o seu filho⁴⁰. O simbolismo potenciado pelo nosso quotidiano cultural e social – o amor pelo filho, o sentido de protecção – insere-se como componente activo na narrativa virtual do videojogo, estabelecendo uma estrutura afectiva homóloga, paralela.

Ocorre uma correspondência emocional entre motivações geradas pela narrativa virtual e considerações do jogador; a porosidade afectiva entre actual e virtual é constatável pela decisão de matar a figura, uma reacção emocional que decorre da constatação da clausura de Shaun. A relação afectiva é traduzida, deste modo, pela dinâmica entre o plano físico e o plano virtual, a qual, por sua vez, exacerba a veiculação do não-representacional. Não obstante o facto de tal acontecer num cenário virtual, não-praticável numa realidade quotidiana, as nossas acções são motivadas por emoções mundanas, provenientes da nossa educação sociocultural: raiva, desejo de voltar a ter o nosso filho, medo que ele não esteja bem, entre outras. Somos afectados pelo videojogo e pelas suas componentes estruturais e contextuais, e em troca afectamos, através das nossas práticas emergentes, o videojogo em si, culminando na quebra do próprio código; a motivação emocional instigada pelo contexto narrativo sobrepõem-se ao natural decorrer do “*gameplay*”.

Por último, menciono o exemplo providenciado por uma teoria⁴¹ de videojogo relativamente recente, que não se estrutura na jogabilidade ou narrativa, mas sim na experiência enquanto factor de ligação com o utilizador. Este estilo⁴² de videojogo centra-se na maneira como se relaciona com o utilizador, no modo como a mensagem do videojogo é transmitida, sendo que esta pode ser de índole filosófica, política, social ou emocional.

Decorre, neste momento, um aceso debate sobre o enquadramento desta abordagem aos videojogos, pelo que não desejo aprofundar muito esta temática. Saliento unicamente que, caso esta abordagem dos videojogos continue a proliferar, poderemos conceptualizar o elemento emocional do videojogo como algo mais profundo e inerente, não apenas como um efeito secundário. A problemática basilar da abordagem teórica ao videojogo consistirá, nessas circunstâncias, na leitura de como é que o produto tecnológico/virtual se relaciona – e gera a porosidade necessária para tal – com o jogador/utilizador.

“*Affect*” é um conceito teórico vasto, com múltiplas abordagens ao longo da sua história. A premência em recorrer a esta dimensão nos videojogos é clara: o produto virtual,

⁴⁰ - Relativamente à ideia de apego emocional para a personagem de Shaun, Joseph Anderson, na sua crítica ao videojogo – presente em <https://www.youtube.com/watch?v=A34poZ6paGs&t=3s> – evidencia que o facto de ter sido pai recentemente foi uma circunstância decisiva na opção de matar a figura do laboratório. Ou seja, houve uma motivação emocional narrativa conjugada com um episódio pessoal a moldar conjuntamente a prática emergente e não estipulada de Joseph Anderson.

⁴¹ - Emprego o termo teoria e não género uma vez que “*experience games*” não constitui um género em si, mas uma motivação para o jogador optar por aquele jogo. Ou seja, o videojogo foca-se na relação que estabelece com o utilizador e a partir daí constrói os seus elementos. É um estilo de formação, de uma teoria de pensar o videojogo. Actualmente a definição deste tipo de videojogos é alvo de aceso debate, uma vez que desafiam a essência do videojogo nas suas vertentes mais básicas – a noção de “*play*”, de podermos perder ou ganhar, a não existência de sistemas de punição como a morte do avatar. Contudo, alguns críticos consideram estes videojogos inseridos nos géneros “*exploration game*” e “*art game*”.

⁴² - Títulos deste tipo de videojogos incluem *Shadow of the Colossus*, *Little Nightmares*, *Inside*, *Limbo*, *The Witness*, *Dear Esther*, *Gone Home* ou *Everybody's Gone to the Rapture*.

por via dos contextos em que insere o seu utilizador, engloba estruturas de ligação afectiva, de relação com uma componente emocional. É inegável a actual permeabilidade entre as vertentes virtuais e reais dos videojogos, e é surpreendente observar como os videojogos se desenvolveram em dependência de tais mecanismos para produzir práticas, moldar reacções, enquadrar narrativas, entre outras situações. Não obstante, “*affect*” possui uma dimensão que, especulativamente, pode ser nefasta para o jogador.

Capítulo III

*“Symbols do not so much express meaning
as give us the capacity to make meaning”
“The Symbolic Construction of Community”, Cohen,
Anthony, 2001 [1985].*

1 - Avatar

Todos os videojogos possuem um (ou mais) avatar, aquilo a que, leigamente, apelidamos de “o boneco do jogo”. O avatar é uma construção virtual de um corpo que controlamos por via do comando/teclado (conforme a consola), a imagem de um corpo que deambula pelo cenário do videojogo, executando acções que ordenamos e navegando a narrativa que nos é providenciada. É no avatar e sobre o avatar que as forças de “*engagement*”, contextos e “*affect*” exercem a sua função; é, através do avatar, que se denota a complexidade da homologia entre elementos do mundo actual e do virtual. Para tal, o avatar tem de ser perspectivado não como uma construção de código, um componente visual do universo do videojogo, mas como o “*embodiment*”¹ da nossa identidade (Filiciak, M., 2003, Consalvo, M., 2003), como a peça basilar de um estímulo contínuo proveniente das componentes contextuais e narrativa (Grodal, T., 2003), e, ainda, como um dos fulcrais pontos de ligação de “*affect*”. Nesse sentido, o avatar incorpora a nossa presença no seio da materialidade virtual, e é simultaneamente afectado pelos vários contextos e elementos de ligação afectiva entre utilizador e o cenário em que este se insere.

É sobre o avatar que são elaboradas as nossas escolhas de construção imaginária²: escolhemos cortes de cabelo que não podemos ter na vida quotidiana, a cor que a nossa pigmentação natural não atinge, a fisionomia desejada mas para qual é difícil trabalhar. Mirosław Filiciak (2003) menciona que

“a huge role is played here by the ability to choose appearance, which has become an obsession in the postindustrial societies ... in case of MMORPGs, there is no need for strict diets, exhausting exercise programs, or cosmetic surgeries – a dozen or so mouse clicks is enough to adapt one’s ‘self’ to expectations. Thus, we have an opportunity to painlessly manipulate our identity, to create situations that we could never experience in the real world because of social, sex-, or race-related restrictions” (pp.89)

¹ - Relativamente ao sentido de “*embodiment*” nos videojogos, Rob Rehak (2003) refere que “*the sense of embodiment ... prompts the question of who and where the player ‘is’*” (pp.112). Esta circunstância revela a complexidade do avatar, que não é apenas uma imagem, um boneco, mas a representação circunstancialmente virtual do respectivo utilizador. O avatar torna-se o jogador e a localização deste passa a ser enquadrada pelos contextos espaciais, estruturais e narrativos do videojogo. Filiciak (2003) menciona também que “*it is also significant that people talking about their activities in the game world use the pronoun ‘I’, each identifying his or her ‘self’ with the avatar created for game purposes*”(pp.90), fortalecendo o sentido de identificação entre utilizador e avatar.

² - O exemplo que aqui apresento é apenas aplicável a títulos de videojogos que permitam ao jogador uma “livre” escolha do aspecto e traços físicos do avatar; nem todos os videojogos o permitem. De reter ainda que esta escolha não é inteiramente livre, sendo sempre condicionada pelo leque de opções – que pode ser mínimo ou incrivelmente profundo e minucioso – que o videojogo opta por conceder ao jogador, existe sempre um condicionamento, mesmo que seja residual.

Esta ideia reforça a dimensão imaginada do próprio avatar, como ele tem a capacidade de traduzir o imaginário do respectivo utilizador. Nele e sobre ele, realizam-se fantasias controladas³, concretizando o imaginário do utilizador – devidamente contextualizado com o do videojogo em si – num conjunto de práticas de construção e formulação de uma identidade virtual. Esta identidade não é só para nós, para nosso deleite e fantasia interna, mas é igualmente a representação que transmitimos para os restantes membros do mundo virtual do videojogo⁴, a identidade que é praticada e postulada como sendo a definição do utilizador por detrás dela. É, nesse sentido, bidimensional: é privada e pública. Novamente surge a noção de que o paradigma tecnológico desenvolve um espaço de acção prático e imaginário paralelo, no sentido em que age e interage com a actualidade sem que seja necessariamente parte desta, mas antes uma ligação, um meio dinâmico com o qual interagimos. Latente na relação com o avatar - no sentido em que este concretiza possibilidades imaginárias – está também uma relação de “affect”. Os desejos, os gostos, as vontades de caracterização resultam em acções directas sobre o corpo do avatar traduzindo elementos não-representacionais num cenário virtual. O mundo jogável, a arena virtual dos videojogos, postula, deste modo, um espaço em particular de análise, de construção de relações e dinâmicas imaginárias e identitárias, para além do que é passível de verificação nas estruturas associadas à dimensão não-jogável.

Ao jogar *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* tive, em primeiro lugar, de contruir o avatar de *ShoreShadow*, a minha identidade virtual. Esta construção, cujo processo é transversal a todos os jogadores, inclui a escolha do nome do avatar – que, no meu caso, é a conjunção entre uma música de Tom Waits e uma personagem de outro *Final Fantasy* – aspecto visual, classe inicial de jogo⁵ e informação relativa à mitologia interna do videojogo que irá afectar certos atributos de combate do avatar. Existem múltiplas dimensões de personalização, cujas escolhas são, ainda que finitas, vastas, dando azo a uma personalização íntima e individualizada, de acordo com os gostos e desejos do utilizador. Pode-se construir uma personagem de longos cabelos azuis, de raça *Miqo'te* – a que se assemelha a gatos -, com um nome inspirado no nosso animal de estimação; as possibilidades são abertas às fantasias e gostos de cada jogador. Este criará aquilo que deseja e aquilo que quer ser, inspirado naquilo que o rodeia e no contexto cultural em que se insere. Ocorre, por via destas opções, uma caracterização, um “*embodiment*” da personalidade do utilizador num receptáculo virtual, que se figurará como a existência deste no universo interno do videojogo. Na sequência de uma conversa pude constatar que os jogadores possuem consciência da possibilidade de escolha:

“Tomás – How do you choose how you create your avatar? Is it a random construction, or a careful one?”

³ - Recorro ao termo “fantasias controladas” pelo facto de a fantasia original estar sempre condicionada pelo leque de opções que o videojogo disponibiliza. Nunca será uma fantasia no sentido literal da palavra, apenas uma escolha incomum no contexto de uma série de escolhas incomuns ou comuns que nos são apresentadas.

⁴ - Esta ideia é exclusiva a videojogos que possuam uma componente de jogo *online*. Actualmente a esmagadora maioria possui, e o caso de *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* – o presente caso de estudo – apresenta um mundo *online*, e construção de avatares “livre”.

⁵ - O contexto estrutural actua desde os primórdios, neste exemplo. Ao construirmos o nosso avatar temos de, logo, atribuir-lhe uma classe de jogo, a qual será vista como sendo a “principal”.

Lapis Lazuli – Oh, that’s a trick question, right? You know I’m the mad changer⁶, ahah. Well, it depends on how I feel like. Last time I just wanted to not be a Lalafell for a while, so I just went for another race, try that out for a change. But usually they’re careful creations. It’s not like you want, or even like, going around looking weirdly or goofy.

Tomás – What’s your idea of weird and goofy?

Lapis Lazuli – A Roegadyn with long, lime-green hair, ahahahah. That would be strange.

Tomás – That would be cringe, not weird. Just very cringe.

Lapis Lazuli – Yeah, but maybe, just maybe, it’s the gamers decision to be cringe, ya know? Like, he wants other players to look at him and go like “oh man, what the f**k have you done, that is creeping me out”!

Tomás – Is that what you try to achieve when you spend a bottle of fantasia?

Lapis Lazuli – Hell no! That s**t costs money, Shore! If I’m gonna spend money on how I look, then it will be for me, not for others. Although, of course, you wanna look good, ahahah.

Tomás – And how is that “looking good” going for you?

Lapis Lazuli – Well, as you can see, I’ve changed back to my regular Lalafell. They’re so cute, man! Just so cute! And I gave him this short, bluish, greyish hair, I mean, that’s just awesome looking, right?

Tomás – Why that colour, Lapis?

Lapis Lazuli – Just like the colour, always wanted to dye my hair this way, but meh, work restrictions and stuff. If ya can’t be a cute sort of neo-punk haired Lalafell in real life, you better be one in Final Fantasy, ahahah!”

Os condicionamentos do quotidiano não permitem ao jogador por detrás do avatar de Lapis Lazuli ser como ele quer, a nível de apresentação visual, particularmente do seu cabelo; o videojogo apresenta, nesta medida, uma janela de oportunidade para ele concretizar um desejo, uma vontade em ter um aspecto específico. Denote-se o elemento identitário subjacente: a arena virtual oferece oportunidades aos seus utilizadores de concretizarem o seu ser enquadrado sob directrizes não presentes – ou possíveis – no mundo actual. Os processos de construção identitários os desejos do utilizador são perpetuados através do mundo virtual. Indaguei um dos designers entrevistados – Designer 2, o mesmo que no capítulo II do presente trabalho – relativamente a esta questão:

“Tomás – Is it planned?

Designer 2 – What? The character construction?

Tomás – Yes.

Designer 2 – Yes, of course. A little more in some ways than others, I suppose. Which comes as natural if you think of it.

Tomás – How come?

⁶ - O utilizador de nome Lapis Lazuli é conhecido, dentro do grupo de jogadores com os quais joguei durante o trabalho de campo, como um dos que mais altera o avatar. No videojogo *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* é possível alterar o nosso avatar – as suas características visuais e físicas, a ideia cosmética do avatar em si – a qualquer momento, recorrendo a um item intitulado “fantasia”. Este item é pago, um extra, recaindo assim na categoria de “*cosmetics*” – itens pagos com dinheiro actual, físico, que alteram aspecto do avatar no mundo virtual.

Designer 2 – Imagine an RPG: it needs some denser character building process than, say, a racing game. Not only because it is longer, but because it's almost inherent to the name: role-playing game. You play a role, you are someone different from yourself.

Tomás – Should all videogames offer that possibility?

Designer 2 – I think so, at least in some way or another. The possibility of you making your own decisions, and not be completely held off the control of the narrative and the character. I guess that helps a player to engage more with the game, and feel more at ease and at home with it. It's an important matter, no doubt.”

As construções identitárias não se resumem à vontade do jogador, albergam também o intuito dos criadores em gerar um ambiente com o qual o jogador se identifica, se sinta bem, uma “*atmosphere*” (Ash, J., 2013) capaz de integrar e gerar “engagement”. Contudo, será que os produtores e os utilizadores possuem a mesma perspectiva em relação a processos de construção de personagem? Não existirá um teor reflexivo, por parte dos criadores de videojogos, de modo a moldar a experiência para os utilizadores / compradores? E se tal se verificar, qual será o propósito e utilidade dada a esse processo reflexivo?

É possível afirmar que os intuitos diferem. Um produtor procura activamente este processo não só por apreço à ligação identitária entre o utilizador e o videojogo, mas também como finalidade de apreciação do produto em si e conseqüente desempenho comercial. As reflexões possuem uma finalidade de desempenho disposta em várias camadas estruturais. Por outro lado, o utilizador focar-se-á na experiência, e, como o Designer 2 refere, a inclusão da possibilidade de construir uma personagem contribui significativamente para o utilizador se sentir mais “confortável”, mais focado na arena virtual, mais “*engaged*” com a “*atmosphere*” (Ash, J., 2013). Permitir-lhe-á representar-se fidedignamente na dinâmica entre as características identitárias relativas ao jogável e ao não jogável. Esta característica é igualmente significativa para a formatação de estruturas e processos homólogos entre o actual e o virtual, perpetuando a continuidade. Os pilares afectivos - os pontos de ligação da dinâmica identitária - são, pois, fomentados e desejados por ambas as partes. O intuito último é que difere, e é em processos reflexivos, algo para-etnográficos – como sessões de teste – que se verifica esta diferença.

Outro exemplo da concretização de desejos visuais, ou cosméticos, por via de videojogos é do meu avatar nos videojogos da série *Skate*. Os vários avatares que crio, em cada videojogo da série, possuem peças de roupa de marcas de skate (como a *Momentum*, ou a *Altamont*) difíceis de obter em Portugal – isto permite-me desfrutar, nem que seja visualmente, de uma t-shirt ou camisola – tábuas de skate de edição limitada que não conseguirei obter na vida actual⁷, e ter um avatar tatuado, algo que nunca poderei fazer no meu corpo de carne e osso por impedimentos alérgicos. É, no corpo do avatar, que concretizo velhas fantasias, ideias de aspecto visual que não conseguiria obter, e é esta dimensão que torna o avatar um espaço identitário, de relação mimética para com o nosso imaginário estético e pessoal.

Outra dimensão presente nas palavras de Lapis Lazuli é a do confronto entre o

⁷ - No videojogo *Skate 3* utilizo uma tábua de edição limitada – ou “*signature series*” – do skater profissional Chris Haslam, a qual já não se encontra à venda em lojas ou websites.

espaço privado, íntimo e o espaço público, que é concretizado pelo contacto com outros atores sociais no videojogo. Historicamente, esta oposição remete para as sociedades greco-romanas e para a diferenciação entre o espaço público, de vertente social, e o da casa, de vertente privada. Nos videojogos é possível afirmar, particularmente nestes casos de personalização de avatar, que se trata da personificação de algo mais privado. Não obstante, é possível perceber uma preocupação latente nas palavras de Lapis Lazuli: a de não possuir um aspecto visual que possa ser considerado “estranho” ou pouco bonito. Ou seja, ocorre uma assimilação do público e do privado, transformando, em certa medida, a personalização do avatar numa dramatização, em algo que vamos praticar diante de um público social vasto. A dimensão dramatizada do avatar, no sentido em que se trata de uma representação intencional, é evidenciada pelo cuidado de se criar algo que seja considerado belo, ou aceitável; neste caso em particular algo que não fosse “*cringe*”.

Curiosamente, a dimensão dramatizada do avatar não é encarada como tal pelos jogadores, mas antes como uma transformação natural: os utilizadores acreditam que são o avatar, remetendo para menor relevo a noção de que será uma dramatização das suas características fantasiadas. Não se trata de dramatização, mas sim identificação, de performance, de “*embodiment*”: “...*for here representation is really identification, the mystic repetition or re-presentation...*” (Huizinga, J., 1980 [1949]). Os contornos da problemática da questão da identificação do avatar assemelham-se aos da identidade de um “selvagem” em contexto de ritual: “*the identity, the essential oneness of the two goes far deeper than the correspondence between a substance and its symbolic image. It is a mystic unity. The one has become the other. In his magic dance the savage is a kangaroo*” (Huizinga, J., 1980 [1949]). Assume-se uma relação quase mística entre o utilizador e o seu avatar, que ultrapassa o enquadramento da dramatização e recria uma identificação mútua profunda, de contornos afetivos e sociais. É uma dinâmica identitária com base no processo tecnológico de confraternização virtual e utilização prolongada de um objecto de entretenimento mediático.

É, pois, no confronto entre duas esferas distintas – o privado e público – que o avatar, enquanto ser social e identitário, é realmente construído, ainda que este diálogo possa só ocorrer na mente do utilizador, no momento de decisão de que cor de cabelo terá, qual a fisionomia, qual o nome. Neste momento de criação, estabelece-se igualmente o sentimento de identificação que perdurará ao longo do videojogo: o avatar é “eu”, e eu sou o avatar.

2 – Identificação narrativa

Após a construção de um avatar somos transportados para o mundo virtual do videojogo; somos expostos aos contextos que o moldam e nos guiam, ao “*affect*” que molda as nossas práticas, e, em última instância, à essência de “*fun*” (Huizinga, J., 1980 [1949]) que define as directrizes de um jogo. Neste sentido, concretiza-se a dimensão de presença do avatar, de nos sentirmos “*engaged*” com o videojogo. O avatar actua como ponto de ligação, um portal identitário que nos situa no mundo virtual, sem que estejamos realmente nele: ocorre como que um diálogo, uma perpétua ponte de transmissão e recepção de emoções, desejos, fantasias e práticas, respectivamente moldadas pelos contextos espaciais, estruturais e narrativos no qual o avatar se insere.

Depreende-se que, sobre o avatar, actua o contexto narrativo, ou seja, a história do videojogo. A problemática que vou apresentar difere profundamente das directrizes narrativas normais, nas quais um leitor – por exemplo – se identifica com a narrativa da

personagem principal, ou na qual um espectador de um filme ou série cria laços com o desenrolar da história. A diferença que, à primeira vista, pode parecer irrisória, é monumental e reformula por completo a interpretação da realidade do avatar num contexto narrativo, pois, por via deste, é possível jogar a narrativa, é possível, efectivamente experienciar a história e a personagem; não há, singelamente, uma identificação, há um conjunto de práticas e hábitos que, interconectados, resumem a jogabilidade de própria narrativa. Esta diferença relativa ao funcionamento de narrativa, relativamente ao utilizador/espectador/leitor, no caso dos videojogos, provoca um dilema muito peculiar:

“Pedro – Tu distingues as coisas na narrativa e no avatar? Na parte do contexto narrativo, ou mais tarde?

Tomás – Como assim?

Pedro – Tens dois tipos de narrativa, sabes disso?

Tomás – Mas a que nível? O que é que queres dizer com isso?

Pedro – Imagina, tens os “western based rpg”, como o Skyrim, o Witcher, o Fallout, o Bioshock até certo ponto, e nestes tens personagens pré-definidas, com histórias já feitas, tu só tens de os guiar pelo jogo.

Tomás – No Witcher tens escolhas em determinados momentos do jogo que mudam a narrativa. Mas sim, estou a perceber.

Pedro – Não é esse o “point”. Depois tens os mais “oriental”, como o Final Fantasy Online ou quase todos os jogos japoneses com componente online, em que constróis, de raiz, a personagem, e elas não têm aquela coisa de ah agora tens de fazer isto e depois aquilo, és mais livre de escolher o que te apetece fazer. Isso é outra coisa, totalmente diferente.

Tomás – A que nível?

Pedro – Da noção de identificação que tu falas. Porque imagina, uma coisa é uma personagem tua, outra é uma que já tem uma “back story”. E depois tens sempre aquela coisa das decisões.

Tomás – Quais decisões?

Pedro – As que tomas, tipo no Witcher. Tu tens momentos em que decides determinadas coisas que mais tarde afectam o decorrer do jogo. A questão é, estás a tomar essas decisões de acordo com aquilo que tu queres, ou de acordo com o que já sabes e o que a personagem é, e o que ela representa, faz, bla bla bla, essa treta toda. Tens ainda o exemplo do Fallout.

Tomás – A bronca de matar o Shaun. Das duas primeiras vezes bloqueei o jogo à custa disso.

Pedro – Eu nunca joguei até ao fim por causa disso. Não considero que faça sentido a história do jogo dar-te espaço, naquela situação, para sequer matares o Shaun. Supostamente devia dar-te a conhecer o teu filho, e não dar-te a liberdade de lhe dares um tiro na cabeça! Daí o poder de decisão e identificação com as personagens ser algo tão volátil.”

A presença de uma narrativa possível de alterar consoante as práticas e formas de jogo pelas quais optamos gera, por este meio, diferentes dimensões de interpretação das decisões que tomamos enquanto utilizadores sob a forma de um avatar. Se as escolhas que assumimos, no decorrer da narrativa do videojogo, têm subjacente – ou não – uma matriz de decisão baseada na personagem principal – e a correspondente personalidade – é uma questão que emerge da imersão do avatar nos variados contextos narrativos. Consoante as

características do contexto narrativo de um videogame, consoante os modelos narrativos que estes praticam, também as questões daí emergentes serão distintas; há uma clara dissonância entre sermos nós, enquanto utilizadores, a perspectivar a história e os seus vários rumos, ou sermos nós, enquanto personagem de uma estória a ponderar as decisões. Trata-se, em última instância, de uma questão de perspectiva:

“Tomás – You know the issues with Fallout 4, correct?”

Designer 2 - <Bursts into laughter> which one? The 200 years plot holes, the bad attention to narrative?

Tomás – The issue with Shaun, when you get to their base. That you can kill him.

Designer 2 – Oh, yes, I know.

Tomás – What is your take on that happening?

Designer 2 – Well... Bethesda has a reputation for not always doing a complete job, which translates into inconvenient situations for the players.

Tomás – But how do you interpret the Shaun situation?

Designer 2 – As bad programming first of all. I’m aware that I shouldn’t be judgmental of others work, but there are mistakes you can avoid. But you want something more, correct?

Tomás – Yes, I was hoping to understand if can be considered as a side-effect of relating with the character.

Designer 2 – It can be considered as so, yes. But it should, as well, in this case, be viewed as an error. The game shouldn’t allow you to act in that way in an important moment in the story.”

De salientar, neste segmento de entrevista, outra perspectiva antagónica - a do erro face a prática emergente. O jogador, ao matar Shaun pela primeira vez, não encara essa situação como um erro do jogo, mas como uma decorrência lógica – imbuída de uma componente emocional – do decorrer do próprio videogame. Não obstante, um designer, ao aperceber – se que confere essa liberdade de escolha ao jogador, num momento crítico, encara-a como um erro de programação; porque é que os jogadores podem fazer aquilo, se essa não era a intenção original? As opções assumidas pelo mundo virtual são ambivalentes; contrapõem expectativas, intenções, podendo, inclusive, ser contraproducente relativamente à experiência desejada.

Estas questões de perspectiva são predominantes em videogames cuja matriz narrativa se centra na constituição de um mundo em torno de uma personagem. Nestas, a existência de uma personagem com uma personalidade definida – o que, por consequente, implica uma retórica de acções e escolhas intrínseca – pode condicionar a própria jogabilidade do utilizador, na medida em que transforma a perspectiva que possui do videogame. A consequência que esta troca de perspectivas implica recai no domínio de “*affect*”: é mais uma maneira como o virtual é afectado por, e afecta o actual. Por outro lado, videogames como o *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*, ao não possuírem mecanismos narrativos que possibilitem a tomada de decisões referentes ao percurso da personagem na história central, restringem a problemática da perspectiva no momento da tomada de decisões narrativas. O segmento narrativo torna-se linear, já previamente definido, sem momentos de bifurcação; não existe perspectiva por não existir confronto de possibilidades. Estas questões são de índole de composição narrativa do videogame, referindo-se em particular às dimensões de

“*character motivation*”⁸. As motivações que são construídas em torno da personagem, das suas acções, das suas práticas; no fundo reverte para alicerçar a narrativa em argumentos e “*story lines*” credíveis e realistas. A construção pouco consistente de uma personagem de videogame pode causar “*ludonarrative dissonance*”⁹ (Hocking, C., 2017), como no caso do *Bioshock 3*. A narrativa carece de enquadramento na jogabilidade sendo que ambas têm de funcionar como um contínuo, não permitindo dissonâncias de práticas e motivações de personagens.

Ainda assim a supressão deste modelo de contexto narrativo no videogame em estudo, a presença dos restantes modelos contextuais irão, por sua vez, moldar outro tipo de decisões e conflitos entre elementos reais e virtuais, ou seja, gerar novas práticas emergentes de “*affect*”. Os contextos fazem convergir as suas influências sobre o corpo do avatar, o que, depreende-se, não é uma acção isolada: antes se configura como a interligação e sobreposição do espaço, narrativa e estruturas que moldam os efeitos do videogame sobre o avatar, e, conseqüentemente, sobre o jogador.

3 – Cidades e moldação urbana

Consagrando-se o avatar como passível de ser afectado pelo contexto do videogame - tal como nós, enquanto utilizadores urbanos somos afectados pelo que nos circunda (Certeau, M. De, 2011 [1980], Jacobs, J., 2000 [1961]) – depreende-se que também os outros tipos de contexto irão moldar a experiência do jogador. Existem várias práticas de jogo que são condicionados pelo contexto do jogo, o que, conseqüentemente implica uma relação de poder das circunstâncias de jogo sobre o avatar; este é afectado pelo plano espacial – por exemplo – e pelas relações que este constrói com os seus movimentos, as suas deslocções e presenças em determinadas áreas. O movimento urbano, a fluência das deslocções, a concentração de avatares, estes são alguns factores que podem alterar a cadência da jogabilidade em contexto citadino no videogame *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*.

Uma das mais importantes formas como o avatar – e sua presença/localização geográfica – poderá ser moldado pelo contexto espacial reverte para uma maior capacidade, por parte dos designers, de condicionar o confronto/co-existência social (Ash, J., 2010) entre diferentes avatares, ou seja, entre diferentes jogadores. Isto representa uma capacidade de determinar a experiência do utilizador – na vertente social – por meio do condicionamento da configuração espacial na qual o avatar está inserido. No fundo representa um ideal de urbanização da jogabilidade, no sentido em que define regiões de confronto/co-existência, zonas de maior isolamento¹⁰ e zonas de habitação¹¹. Através de

⁸ - Para uma análise profunda do que constitui “*character motivation*” e as suas implicações directas no videogame: <https://www.youtube.com/watch?v=A34poZ6paGs>. Joseph Anderson expõe, neste vídeo, como uma fraca construção narrativa fragmenta a motivação por detrás da própria jogabilidade, restando apenas um conflito interno de persistência/diversão.

⁹ - “*Ludonarrative dissonance*” consiste no ambivalente confronto entre a narrativa do videogame e a sua jogabilidade. Dos casos mais conhecidos é o do videogame *Bioshock 3*, no qual a narrativa constrói uma personagem com intenções de proteger outras personagens e que, no entanto, passa grandes segmentos do videogame a matar e a lutar.

¹⁰ - Por zonas de maior isolamento refiro-me a espaços intermédios entre cidades, ou zonas de maior afluência de avatares. Estes espaços intermédios são zonas de combate e exploração, repletos de inimigos e ambientes diferentes.

uma calculada distribuição geográfica de elementos como cidades, regiões para combater monstros, “*dungeons*”, e outras características, pode-se regular o encontro entre avatares: onde se encontram, em que circunstâncias se encontram, e, inclusive, o intuito subjacente.

Recorrendo a uma análise do contexto espacial do videogame *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* delimito um tipo de zona particular que regista uma grande convergência de avatares: as cidades. Em particular, dentro das cidades, há uma região que regista maior convergência de avatares: o mercado. As cidades do videogame *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* – tal como a grande maioria das cidades de videogames do género RPG – encontram-se divididas em múltiplos sectores interligados, ou seja, há, por exemplo, ruas repletas de vendedores que por sua vez estão ligadas a bares, por sua vez ligados a uma sede de pescadores; tal como na vida actual as cidades virtuais possuem lugares com funções específicas no meio de habitações, ruas para as ligar, praças, e toda uma panóplia de infraestruturas mimetizando a vivência e cadência do ritmo urbano. Cada uma das quatro principais cidades transforma, de acordo com as suas directrizes políticas e meio ambiente em que está inserida, as infraestruturas mimetizadas: alteram-se estilos arquitectónicos, paletes de cores, entre outros detalhes destinados a produzir uma vasta variedade visual – e simultaneamente criar um sentido de realismo mais profundo. Não obstante esta variedade, existem infraestruturas que são transversais a todas: os bares/hotéis onde nos dirigimos para iniciar “*secondary quests*”, vendedores que lidam com itens, ervas, armas ou armaduras, e o “*board*”¹² servindo para anunciar a venda de itens pessoais.

O mercado de bancadas¹³ de avatares controlados pelo sistema do computador – NPCs – e o mercado¹⁴ que serve os jogadores funcionam de formas distintas, ainda que complementares, na medida em que há uma transversalidade de preços de alguns itens. O propósito – em última instância – das bancadas é o de vender itens base – como poções ou madeira – a preços baixos, não inflacionados. O serviço de mercado de bancadas cumpre funções essenciais tais como a constante existência de itens basilares, a preços constantes, impossíveis de alterar – a não ser por desejo/correção por parte dos designers – de modo a

¹¹ - A noção de zonas de habitação num videogame advém da existência de espaços/áreas no *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* nas quais existem “*houses*”. As “*houses*” são, como o nome indica, casas destinadas a serem vendidas – por via da moeda corrente do videogame – a jogadores ou grupos de jogadores, as “*Free Company*”. Estas áreas permitem uma convivência social de maior espectro entre os jogadores da mesma “*Free Company*”, funcionando como um ponto de encontro, local de repouso, oficina para construir armas e armadura, entre outras funções possíveis de incluir, consoante pagamento.

¹² - Este “*board*” é, literalmente, um grande quadro de madeira, que ao interagirmos com ele disponibiliza acesso ao mercado intra-jogadores interno do *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*.

¹³ - Este tipo de mercado, ou de “*trading system*” funciona à base da compra e venda de itens, armas, armadura, e outros elementos por um preço fixo, inalterável, previamente estabelecido pelos designers do videogame.

¹⁴ - O mercado interno no qual os jogadores vendem e compram materiais é regulamentado de forma diferente, sendo este mais “*player-driven*”, ou seja, regulamentado por versões regras de “*supply and demand*”. Nos “*market boards*” podemos ordenar a venda de um item em particular por via do nosso “*retainer*” – uma personagem controlada pelo videogame que funciona como um empregado de venda, neste caso em particular – pelo preço original, determinado pelo videogame, ou por um preço por nós determinado. Pessoalmente regulo o preço do que vendo de acordo com o preço a que o mesmo item está a ser vendido por outros jogadores, vendendo-o por valores inferiores, de modo a assegurar interesse. Contudo a estratégia de venda é determinada pelo jogador em si, o que implica uma grande disparidade de preços consoante o mercado a que acedemos, o dia em que acedemos, entre outros factores. Parte do dinheiro da venda é retido pelo sistema do videogame, como uma “*fee*”, cujo propósito é de regulamentar os níveis de inflação da economia interna do videogame.

perpetuar um fluxo de recursos; possui um funcionamento equivalente a uma fonte de energia inesgotável. A coexistência geográfica de ambos os sistemas de compra/venda obriga a uma maior afluência de avatares num determinado local; este pode ser uma rua larga, semelhante a uma avenida, uma praça larga, ou um conjunto de ruelas, equivalente a um sistema de rãmbolas, consoante a cidade do videojogo em que nos encontramos. O sistema de organização espacial do videojogo *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* assemelha-se ao das cidades norte-americanas, na medida em que esta possuem distritos ou regiões cujas construções desempenham funções previamente designadas: distritos financeiros – a baixa – ou zonas habitacionais – como os subúrbios –, por exemplo. A disposição geográfica dos elementos de compra e venda transforma o espaço, orientando-o com o intuito de haver uma maior coexistência social entre diferentes jogadores. Isto, naturalmente, provoca confronto, no sentido em que diferentes personalidades, traduzidas pelas distintas construções dos respectivos avatares, se encontram, vislumbram-se e avaliam¹⁵ o aspecto de cada um.

Esta prática relaciona-se ao que Ben Anderson (2007) define como “*anticipatory governance*” (pp.158), ou seja, a gestão antecipada da reacção/práticas emergentes de determinadas situações: “*anticipatory governance based upon a logic of preemption...*” (pp.158). Ben Anderson (2007) explica que este “*anticipatory governance*” é baseado em “*anticipatory knowledge*”¹⁶, que por sua vez origina “*anticipatory practices*”¹⁷, moldadas por “*affect*”. A gestão do contexto espacial do videojogo torna-se uma questão de antecipação no sentido em que os designers, recorrendo ao seu conhecimento das práticas dos jogadores, moldam o confronto/coexistência entre si, entre os avatares; a presença dos mercados em lugares amplos, centrais, fáceis de aceder, incentivam os jogadores a conviver e a visualizar os respectivos avatares. A mesma situação/ideia é latente na obra de James Ash (2010), mas pela perspectiva de um videojogo FPS¹⁸:

“argue that, through emerging technologies and techniques utilized in videogame testing, game designers go further than selecting what pre-given or already occurrent event is shown; through various calculative logics of anticipation and preemption, they actively attempt to shape the very contingency of the event itself prior to a specific content or situation” (pp.654)

James Ash (2010) argumenta que, por via de “*videogame testing sessions*”, os designers irão testar determinadas características do videojogo, uma das quais os mapas e a

¹⁵ - Uso o verbo avaliar no sentido figurativo; existe uma opção, ao seleccionarmos outro avatar que não o nosso no decorrer natural do videojogo, de vermos uma pequena janela que apresenta a características do avatar: nível, que classe é, qual a armadura que enverga, qual a arma que utiliza, o nome, entre outras. Ou seja, há uma avaliação no sentido de perscrutar as características de um avatar que consideremos visualmente apelativo, que tenhamos curiosidade, ou apenas porque gostamos de ver outras formas de construção.

¹⁶ - Por “*anticipatory knowledge*”, Ben Anderson (2007) refere-se a “*preemption or prevention*” (pp.158), as quais “*differ in the skills and techniques that compose them and in their logics and rationalities*” (pp.158).

¹⁷ - “*...the effect of such anticipatory practices is that immaterialities, including risks, threats, opportunities and promises, can be considered to be co-produced as part of techno-scientific assemblages*” (pp.158); as práticas são, por exemplo, os estudos de previsão do impacto do aquecimento global, ou estudos do impacto da Guerra do Iraque na indústria da panificação iraquiana. São conhecimentos compostos por uniões entre conhecimentos científicos e tecnológicos, cujo propósito é prever ou antecipar impactos, riscos, entre outras situações.

¹⁸ - FPS é a sigla de “*first-person shooter*”, um género de videojogo em que a câmara se encontra ao nível dos olhos e na qual parte do objectivo revolve à volta de disparar armas de fogo.

disposição espacial dos avatares. O caso particular que o autor estuda, um videogame do gênero FPS, difere de um videogame do gênero RPG, no sentido em que no primeiro o confronto entre avatares é necessário ao decorrer normal da cadência da jogabilidade, ao passo que no segundo cumpre necessidades particulares em momentos específicos. Nos videogames de estilo FPS, especialmente em situações *Online*, de PVP¹⁹, o confronto entre avatares carece de modelação, uma vez que, caso o mapa seja demasiado vago, o encontro entre jogadores torna-se difícil. Se a intenção do gênero de videogame é o confronto entre jogadores, e os respectivos avatares, de modo a dispararem uns contra os outros, depreende-se a latente obrigatoriedade em condicionar o contexto espacial de forma a flexibilizar estes encontros; eles têm de ser exponenciados, não podem ser descuidados, e há a opção de eles ocorrerem com maior frequência nalguns lugares que outros. Em contrapartida, num RPG, o confronto entre jogadores é incomum, na medida em que raramente lutam entre si²⁰, sendo a convivência de natureza pacífica e matriz social. Não obstante, esta questão da contextualização espacial é influenciada por conjuntos de reflexões prévias; os produtores do videogame têm em consideração elementos provenientes de sessões de teste e dos hábitos de jogabilidade dos utilizadores.

A gestão do contexto espacial irá, conseqüentemente, causar, determinados acontecimentos, como o que referi superiormente, de jogadores inspecionarem avatares que encontram – com maior frequência e maior número – em zonas de comércio. A prática de inspecionar outro avatar não é de ocorrência exclusiva a zonas de comércio – é uma prática transversal a todos os momentos do videogame. Contudo, face a maior presença de avatares nestas áreas em particular, é possível argumentar que, logicamente, a prática ocorrerá com maior frequência nessas zonas; não se trata de um salto lógico, mas de simples razão matemática. Não obstante, recorro a uma conversa com a jogadora, cujo avatar tem o nome de Lana Elensar, na qual discutimos o motivo pelo qual, habitualmente, jogadores inspecionam os avatares uns dos outros.

“Tomás – Do you think it’s a common practice?”

Lana – What? To inspect other players? Sure, hell, of course, it’s the f*****g basis of seeing cuteness, ahah.

Tomás – Seeing cuteness, okay, that’s a nice way of putting it.

Lana – Yey, I know, right? Ahah, but yeah, of course it is. Everyone likes to see what other people wear. If I see a player with a cool piece of armor, I inspect it, I see what it is, cause maybe I want one for me as well, or perhaps I’m just curious. Don’t tell me that you don’t do that?

Tomás – Of course I do. There are some pretty sick amours out there. And I also do it if I enjoy the looks of the person (avatar).

Lana – Yeah, me too, like, hey, who’s this cute guy? Ahah.

Tomás – Cute guy? Jesus, Lana, ahah. Speaking of which, do you think there’s a gender issue involved? Like, do female players do it more often than male, or something like that?

¹⁹ - PVP é a sigla de “*player-versus-player*”, um estilo de jogo no qual vários jogadores se confrontam.

²⁰ - O videogame *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* possui uma arena, chamada “*The Wolfe’s Den*”, onde é possível participar em batalhas contra outros jogadores, e os respectivos avatares. Excluindo esta arena, o confronto entre avatares é exclusivamente de natureza social, de convivência.

Lana – WTF? That’s stupid to even suggest, I mean, no, just, no... I don’t think there’s a gender issue with that, all people inspect each other, it’s a normal thing to do. I think it has a lot more to do with how you look, how appealing or glowing, or really cool your amour and weapons and hair and cute fluffy tails look like.

Tomás – Fluffy tails, ahah. Always a Migo’te for you.

Lana – YEY!!

Tomás – So, is there a place where you tend to inspect more people than normally?

Lana – Hum... I guess it would have to be near the market board... I inspect a player whenever I find an interesting one, but yeah, near the market board.

Tomás – Why do you think that happens that way?

Lana – I guess its cause there are more players? You know, whenever we need an item, or want to sell anything, or manage our retainer, we go to the market board, and baam, loads of people all over the place, like, insanely a lot of people. The other day I saw a Dragoon just standing there doing some sort of lightning jumps and really cool attacks, just showing off. That was nice.

Tomás – That seems cool.

Lana – I don’t know why people choose to go the aether plazas²¹ to chill, but it’s a cute thing to see, ya know, when you’re just running around, or passing by. And the FC’s recruit there often, so, yeah, it’s kinda important.

Tomás – Some sort of nerve center.

Lana – You could say so, yes. That’s an accurate description.”

A motivação que Lana apresenta, enquanto jogadora, para inspecionar outros jogadores é transversal a todas as entrevistas que realizei aos restantes jogadores da “*Free Company*” com quem contatei. A curiosidade remete-nos para as noções do não-representacional, ou seja, para “*affect*”, na medida em que é uma prática motivada – não só, mas também – por emoções e desejos. O desejo de ter a armadura igual à que vislumbram noutro jogador motiva alguns jogadores a inspecionarem o seu perfil, atitude que, subsequentemente, irá gerar novas problemáticas.

Inspecção é um acto que requer alguma análise e clarificação, na medida em que se trata de um mecanismo embutido pelos designers. O que Lana expressa como sendo curiosidade é exponenciada pela existência da possibilidade de inspecionar outros avatares. O “*affect*” latente na prática de inspecção não é algo natural como Lana sugere, antes trata-se de um mecanismo embutido na estrutura do videojogo.

Somos novamente confrontados com as duas dimensões de poder dos videojogos: utilizador e criador. Há uma relação disfuncional nesta prática, na medida em que o utilizador é submetido às forças afectivas emergentes das estruturas de jogabilidade criadas pelos produtores, ainda que não possa determinar como estas forças são construídas e como regem o impacto.

Não obstante, as diretrizes que Lana apresenta como justificativas do seu acto de inspecção constituem a questão nodal da contextualização espacial enquanto forma de moldar as práticas afetivas dos jogadores; ao construir espaços particulares com o desígnio – subjacente – de concentrar o maior número possíveis avatares nessa mesma área

²¹ - “*Aether Plazas*” são, como o nome indica, grandes praças que contêm um gigante cristal de “*aether*”, que nos permite viajar instantaneamente de um lugar para o outro. Constituem o equivalente à praça central de uma cidade.

desencadeia-se uma questão de causalidade, efeito secundário de curiosidade acrescida, mais vislumbre de armaduras que não temos, maior demonstração de ações e práticas, o que, por sua vez, tem um impacto nos jogadores.

O efeito de aglomeração de avatares junto aos serviços económicos do videojogo tem como consequência – e finalidade, em certa medida, uma vez que o contexto espacial é passível de adaptação conforme as finalidades pretendidas – a coexistência social de jogadores e todos os aspetos daí associados. A curiosidade, o desejo de possuir o mesmo equipamento, considerações sobre tal jogador ser um novato, ou outro jogador ser mais experiente que nós; no fundo estabelece um campo de considerações e observação entre pares. O crucial a reter desta composição do tecido social é como ela é moldada pela prática espacial e, conseqüentemente ponderar quais serão os efeitos destes conjuntos de práticas. Por outras palavras, qual será a consequência de conseguir que jogadores inspecionem os avatares uns dos outros com maior frequência?

4 – “Free Company”

As “Free Company”, dentro do universo do videojogo *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* são grupos, ou clãs, de jogadores que colaboram entre si, partilhando recursos, ajuda, e outros benefícios. A finalidade das “Free Company” é de tornar o jogo menos solitário; através da participação²² numa “Free Company”, ou FC para abreviar, o jogador tem a possibilidade de integrar um grupo de diferentes jogadores com o propósito de facilitar trocas, navegação de “dungeons”, fabrico de armas e armaduras, entra outras possibilidades. O segmento de uma das entrevistas a Apple Gear – líder e fundador da FC que integrei – esclarece alguns dos benefícios e propósitos que identifiquei como pertinentes, a saber:

“Tomás – App, I don’t think I’ve ever asked you this, but what does the “sword” thing mean?

Apple Gear – Sword thing? Oh, you mean that sort of FC word we all have? It has to do with the Bushido name, they wear katanas, the samurais, but since the game only allows five words it had to be sword lol.

Tomás – Oh, that makes sense.

Apple Gear – It’s our way of saying who we are, even though it’s not the way I wanted it to be ahah.

Tomás – True. But why did you form the FC?

Apple Gear – For the help and fun. It’s better to play with other people, these games can get hard if we all play alone. And new players don’t always know what to do, where to go. It’s not easy to navigate a whole new game, so the purpose is to help them to do so.

Tomás – It’s also good for us, not only for them.

Apple Gear – Yeah, of course, lol. We get to have a house, we get to buy

²² - A integração de uma “Free Company” é facultativa, podendo, inclusive, o jogador abandonar o grupo a qualquer momento no decorrer do videojogo. Pode ainda integrar outra FC mais tarde, sendo que, num dado momento, o jogador só pode integrar uma FC de cada vez.

buffs²³, stuff like that, which helps us, as players It's pretty cool.”

Porventura a parte mais relevante das “*Free Company*” relaciona-se não com a sua existência²⁴, mas sim com a sua organização interna. Goffman (2003 [1951]) distingue os “*status symbols*” em duas classes: “*occupation symbols*” e “*class symbols*”. Na dinâmica do videogame Final Fantasy XIV: A Realm Reborn, os “*class symbols*” (Goffman, E., 2003 [1951]) estão relacionados com o uso dos itens e a consequente interpretação, ao passo que os “*occupation symbols*” (Goffman, E., 2003 [1951]) estão intimamente relacionados com o contexto estrutural e a organização interna das FC.

Apple Gear, nas informações do videogame, está registado como sendo o líder da FC – é um cargo que lhe é atribuído, uma posição de poder no universo da FC – sendo essa a sua “credencial”: “*there appear to be two main types of occupation symbols. One type takes the form of credentials which testify with presumed authority to a person's training and work history*” (Goffman, E., 2003 [1951], pp. 296). Ao ser líder de uma FC ganha não só o estatuto de líder em si, mas igualmente uma avaliação de quem é um jogador experiente, que já cumpriu determinados requisitos, que já joga o videogame há algum tempo. Eu, enquanto jogador, ao integrar a FC de Apple Gear, estarei a integrar-me numa dinâmica de poder interna, na qual cumpro a segunda dimensão dos “*occupation symbols*”: “*the other type of occupation symbols comes into play after the work relation has been established and serves to mark off levels of prestige and power within a formal organization*” (Goffman, E., 2003 [1951], pp. 296). A minha posição na estrutura da FC é demarcada internamente por meio de um título²⁵ - o de capitão – que me posiciona em relação ao próprio Apple Gear e em relação aos restantes membros. Externamente, ou seja, para jogadores não integrantes da FC, demarco-me pela associação, no ecrã, ao nome do meu avatar, do título “*Sword*”, um símbolo de pertença a uma FC, tal como uma modificação corporal, uma crença, ou uma posse material. Não obstante, e como Apple Gear menciona, a utilização do título “*Sword*” não corresponde ao termo originalmente desejado; há imposições, por parte dos criadores, relativamente aos títulos que os jogadores podem utilizar. O poder de criação e estruturação sobrepõe-se ao da jogabilidade corrente; existimos, social e hierarquicamente, num ambiente pré-definido, pré-estabelecido pelos designers.

Este factor é, igualmente, importante enquanto argumento a favor da existência de estruturas homólogas entre actual e virtual, uma vez os designers irão reproduzir modelos sociais pré-existentes, adaptando-os às necessidades narrativas e de jogabilidade, de modo a não existir dissonância. As dinâmicas sociais, por serem imbuídas da porosidade entre

²³ - “*Bufs*” são vantagens que se podem comprar – com dinheiro virtual – para serem usufruídas por todos os jogadores. São constituídos por uma percentagem extra de experiência, tarifas reduzidas de teletransporte, maior dano, entre outras. São sempre temporalmente limitadas.

²⁴ - Em videogames com opção de “*multiplayer online*” é frequente estabelecerem-se grupos, clãs ou alianças entre vários jogadores. A união de jogadores produz, frequentemente, benefícios dentro do videogame, e o caso de *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* não é excepção.

²⁵ - Os títulos na estrutura interna de uma FC não são transversais a todas as FC, na medida em que existem em todas, mas não de formas semelhantes. A organização estrutural interna é determinada pelo criador da FC – no caso presente este sendo Apple Gear. A consequência destes títulos está presente no tipo de acções que podemos realizar: acesso ilimitado ou limitado ao cofre da FC, que modificações podemos ou não fazer à casa da FC, que tipo de “*bufs*” podemos activar, entre outras acções. Quando mais elevado o título, maior número de acções poderemos realizar, sendo que a mudança é determinada exclusivamente pelo líder da FC.

actual e virtual, podem sofrer alterações; o intuito de criar e gerar as condições em que estas se definem e desenrolam é, precisamente, o de as moldar em torno de um intuito, garantir experiências de jogo agradáveis, boa relação social com outros avatares e obter um videojogo lucrativo.

A casa da FC reflete, também, a dinâmica simbólica e afectiva da identidade interna/externa através da decoração e do propósito que cumpre. Na sua análise dos jardins das habitações inglesas, Sophie Chevalier (2001 [1997]) explora como questões de cultura material – particularmente o tipo de plantas utilizadas no jardim frontal e traseiro de uma casa – se correlacionam com a identidade dos habitantes. A habitação da FC enferma de questões semelhantes, na medida em que os ornamentos externos à casa, que a circundam, cumprem o propósito de mostrar a identidade da FC a outros jogadores; trata-se de uma imagem cuidada, calculada, menos funcional e mais apelativa. Em contrapartida, os elementos internos da casa, os objectos que são utilizados para a decorar, não são tanto pensados numa óptica do apelativo, mas sim numa perspectiva pragmática que concerne aquilo que é necessário aos membros da FC para fabricarem novas armas, novas poções, novas armaduras, entre outros objectos. Ou seja, o interior da casa torna-se menos uma demonstração simbólica de identidade para a comunidade externa, e mais um aglomerado de objectos úteis aos membros da FC, revelando as práticas gerais do grupo.

A consideração mais pertinente a referir, face estas questões de construção de identidade, comunidade e de símbolos é se assemelham às considerações veiculadas por Anthony Cohen (2001 [1985]): o fulcral do processo de pensar estas questões não reside no todo, no aglomerado, mas nos momentos de “choque”, de embate, nas margens, na “*boundary*” (Cohen, A., 2001 [1985]). Percepcionamos a FC – a que integramos e as que não integramos – através das fronteiras que são construídas entre cada, pelo que “*this consciousness of community is, then, encapsulated in perception of its boundaries*” (Cohen, A., 2001 [1985], pp. 13) Estas fronteiras são “*constituted by people in interaction*” (Cohen, A., 2001 [1985], pp.13), pois é no confronto entre avatares – e jogadores – que elas são percepcionadas e construídas.

Duas características assumem particular importância na existência dessas fronteiras: a casa da FC e o título inerente à integração de uma destas comunidades. A casa pode ser compreendida como um lugar espacial fixo, uma propriedade material que simbolize a existência de um grupo. A dimensão material da casa confere à comunidade um sentido de existência, um lugar de residência, de trabalho, ainda que não seja um local histórico, detentor de folclore e mitos. A capacidade virtual do videojogo de produzir locais materiais virtuais com a capacidade de conferir identidade a um grupo resulta de um diálogo activo entre a materialidade virtual - e respectiva capacidade afectiva – e o utilizador. Cumpre-se o sentido funcional da casa na composição desta como local de trabalho, e a vertente identitária através da sua ocupação, do seu uso.

O uso, igualmente, do título “*Sword*”, cumpre uma função identitária, de distinção no seio da arena social que é o encontro de outros avatares. A palavra não simboliza meramente a figura de uma espada: representa um grupo, uma fronteira ou uma atitude a ter para com um elemento de outro grupo – desconfiança, vontade de estabelecer trocas comerciais, maior curiosidade em inspecionar o seu avatar. À semelhança do exemplo da palavra “*dirt*” (Douglas, M., 2002 [1966]), a palavra “*Sword*” encerra múltiplas perspectivas inerentes, sentidos, interpretações: ela representa a comunidade; qual a atitude a ter para com essa comunidade; confere aos outros jogadores um sentido de identidade por exclusão do grupo que pretende simbolicamente identificar.

A existência de uma FC constitui um processo activo de moldação de identidade, de formulação simbólica desta e manutenção de um espaço físico virtual, com sentido de pertença. Afigura-se, pois, um constituinte basilar dos processos sociais presentes no videojogo *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*.

5 – Itens, experiência e “*affect*”

Os videojogos do género RPG – e consequentemente MMORPG – possuem limitações estruturais impostas à personagem e ao seu avatar. Estas limitações surgem compreendidas no que se chama de sistemas de nivelção²⁶, o equivalente virtual à ideia de progressão social. Aos níveis está imediatamente associada a experiência, que nestes videojogos, não se refere à experiência do jogador em si – ainda que esteja correlacionada – mas antes à experiência do avatar. Esta vertente funciona de forma simples: ao derrotar inimigos, completar “*quests*” e outros tipos de actividades, o avatar ganha pontos de experiência, que revertem para o seu gradual avanço no sistema de níveis – nível 1, 2, 3, seguindo a lógica crescente. A estrutura de níveis não só cria um sistema diferenciador dos diversos avatares pela característica de serem de nível mais alto ou baixo, mas também comporta uma dimensão inerente relativa ao tipo de itens que o avatar é capaz de utilizar. Ou seja, a escolha e quantidade de armaduras e/ou armas com as quais podemos equipar o nosso avatar variam consoante o nível deste, sendo que em níveis baixos temos uma escolha severamente limitada, aumentando exponencialmente à medida que adquirimos mais experiência, e, por consequência, maior tempo de jogo.

Este sistema de nivelção tem múltiplas consequências, sendo a mais evidente a estruturação de um sistema de classe; há jogadores melhores, mais experientes, jogadores com menos tempo de jogo, que ainda não conhecem muito bem o videojogo, jogadores intermédios, entre outros, divididos, no sentido em que compõem comunidades imaginadas (Anderson, B., 2006 [1983], pelos próprios jogadores à medida que se vão adaptando ao videojogo. Ou seja, a divisão é factual, vinculativa, apenas na medida em que os avatares não vão ter acesso imediato a um conjunto de ataques ou itens; contrapondo esta ideia registe-se a divisão de teor mais visual que um jogador realiza quando é confrontado com um grupo de avatares e consegue distinguir o tipo de jogador – em primeira instância – pelo que o respectivo avatar enverga/executa. Depreende-se, face as circunstâncias, a criação de símbolos de classe (Goffman, E., 2003 [1951]) que transmitam a noção de nível /experiência entre múltiplos jogadores. Características que possibilitem a identificação imediata do nível do avatar – e por extensão a qualidade do jogador – são das formas mais comuns de comunicação por sinalética nos videojogos; estas permitem o reconhecimento²⁷ e classificação instantânea do jogador num quadro de qualidade, por exemplo. Tal possibilidade revela-se importante em circunstâncias de “*dungeons*”, por exemplo, pois

²⁶ - Os sistemas de nivelção são “árvores” de experiência. Podem ser sistemas lineares de experiência, como é o caso de *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* – no qual a acumulação de experiência resulta em ascendência de nível, que, por sua vez, desbloqueia novos ataques e permite o uso de novas armas e armaduras – ou sistemas de “*traits*”, “*skills*”, misturas, e muitos outros, consoante o género de videojogo e as opções dos designers.

²⁷ - O reconhecimento do nível de experiência de outro jogador não é uma característica fulcral da dinâmica de jogo. É, em muitas circunstâncias, mais uma qualidade social – ou mimetização de uma prática social – do que, expressamente, uma necessidade à jogabilidade.

permite aos jogadores perceberem se irão jogar com um grupo experiente ou não, adaptando o estilo de jogo às circunstâncias impostas.

A experiência de um avatar está directamente correlacionada com os tipos de itens que pode envergar, que, por sua vez, demonstra visualmente o seu lugar numa hierarquia estrutural interna do videojogo, a dos níveis, enquanto lugares de existência. Na base desta dinâmica estão os *itens*²⁸ – armaduras e armas – que funcionam como “*status symbols*” (Goffman, E., 2003 [1951]): “*specialized means of displaying one’s position ... they are cues which select for a person the statues that is to be imputed to him and the way in which others are to treat him*” (pp. 294). Como mencionei anteriormente, o tipo de armadura e armas pode ser identificado tanto visualmente, como através da inspecção do avatar do jogador. Tais actos cimentam o “*status*” de um jogador, pois permitem identificá-lo num sistema de nivelação:

“Tomás – Do you often encounter players more experienced than you?”

Sile Eyhon – Now and then, yes. Seeing as the dungeons I play are sort of random in level terms, yeah, it’s frequent. But I’ll also play as the more experienced player at times, so it’s never a steady, regular sort of thing.

Tomás – Which situation do you prefer? Being the most experienced, the least experienced, or in the middle?

Sile Eyhon – Oh, I guess it depends if you’re playing with strangers or not. I’m not all that sure of my skills with certain classes, so I kinda feel a slight pressure when I’m leading the party as the most experienced player. But being the under achiever in those situations can also lead to feelings of being inapt²⁹, so I honestly... I’d go with middle of the pack sort of thing, it’s more comfortable.

Tomás – How do you know in which part of that group or division you stand?

Sile Eyphon – Hm?

Tomás – How do you know you’re the least experienced, or higher level player?³⁰

Syle Eyphon – Oh, well, that’s easy. I inspect the players, see what they wear, see the weapons and stuff. If they’re a higher level the items will be higher level items.

²⁸ - Nesta análise não recorro aos tipos de ataques que um avatar pode concretizar, uma vez que, ao contrário dos itens, estes ataques só podem ser vistos por outros jogadores em situações de combate. Ou seja, só o próprio jogador é que sabe qual a combinação de ataques que o seu avatar vai ter, na medida em que é personalizável – dentro de um campo opcional pré-designado pelos designers.

²⁹ - O uso do termo “*inapt*” é um erro aqui mantido propositadamente, uma vez que foi a palavra empregue originalmente pela jogadora. Contudo, o termo correcto seria “*inept*”, uma vez que representa o não estar apto a dado momento, ao passo que “*inapt*” simboliza uma incompetência geral, mais vinculativa.

³⁰ - De modo a melhor entender a pertinência desta questão é necessário facultar um dado extra: o formato das “*dungeons*” em *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* está interligado com o nível do nosso avatar, ou seja, quanto mais alto for o nível maior a variedade e complexidade de “*dungeons*”. Posto isto, cada “*dungeon*” tem a si associado um nível recomendado de jogo - 16-18; 22-27, e por aí adiante, normalmente de cinco em cinco ou dois a dois níveis. Esta “*level gap*” é, igualmente, vinculativa, na medida em que transforma no tempo em jogamos a “*dungeon*”, o nível do avatar para aqueles que recaem nessa “*gap*”, sendo que se formos de um nível mais alto seremos sempre do nível mais alto dessa “*gap*”; exemplo: vamos jogar uma “*dungeon*” de nível 16-18 e somos de nível 50, por esse tempo passaremos a ser de nível 18. Esta regra também se aplica ao equipamento que envergamos, adequando o dano das armas e a defesa da armadura a níveis de armas e armaduras usadas dentro dessa “*level gap*”. De salientar, ainda, que nunca podemos jogar uma “*dungeon*” de “*level gap*” superior.

Tomás – And can you identify them?

Syle Eyphon – Who? The players or the items?

Tomás – Both.

Syle Eyphon – Yeah, sure. At least some of the items. As a fellow Monk, we both know that we can identify upper level items of our class. But sometimes I don't know which Gladiator armour that is, so I just check the avatar and inspect it. It's also a way of learning I guess, not only of seeing who is wearing what, or who is who. The players I sort of get a hunch on them depending on what they wear, and how they've changed it. You know that the more hardcore players tend to invest in more personalized armour sets than other players. I guess that if you play long enough, you tend to want to invest more of you in feeling at home when playing. I don't know, I'm just rambling on I guess..."

A jogadora, cujo avatar tem o nome de Syle Eyphon, salienta a importância dos itens numa situação de grupo, na medida em que os aspectos visuais destes lhe irão permitir conceber a situação de jogabilidade em “*dungeons*”. A dinâmica visual dos itens consagra-se como um símbolo para o avatar que os enverga; dão-lhe um lugar no espectro social, situam-no num sistema de nivelação e ainda definem certos traços do jogador, representando dualmente a “*categorical significance*”³¹ (Goffman, E., 2003 [1951]) do símbolo, e a “*expressive significance*”³² (Goffman, E., 2003 [1951]). Os itens – na dimensão de uso e aspecto visual – definem alguns dos traços mais significativos do avatar, providenciando informação relevantes face o seu lugar na hierarquia do videojogo e sobre o jogador e os seus gostos, ou “*engagement*” com o videojogo.

Contrapondo este segmento de entrevista com o que Apple Gear mencionou – no capítulo anterior do presente trabalho – o “*status*” de um jogador contribui também para o ambiente, a atmosfera do grupo. Apple Gear adaptava a sua jogabilidade ao tipo de grupo em que estava inserido – jogadores conhecidos ou desconhecidos; Syle Eyphon refere um processo paralelo, mas baseado em “*status*” – jogadores mais experientes e jogadores menos experientes. A convergência de modelos de identificação e moldação de jogabilidade reitera a importância das dimensões sociais e afectivas no videojogo. Através de múltiplas abordagens estas dimensões – e os seus criadores – irão moldar a experiência do utilizador.

Itens como armas, armaduras, ou, inclusive, uma cana de pesca, no universo do videojogo em causa, possuem duas vertentes inerentes: função e utilidade. A função de uma espada é a de ser utilizada como uma arma de combate, ao passo que a sua utilidade é traduzida pela quantidade de dano que permite infligir. Homologamente, uma armadura tem

³¹ - Por “*categorical significance*”, Goffman (2003 [1951]) refere-se ao facto de que o símbolo “*serves to identity the social status of the person who makes it*” (pp.295). Especificamente, no videojogo em estudo, esta significância é posta em evidência na medida em que atribui um lugar ao avatar – e ao jogador – dentro do sistema de nivelação, que o posiciona num determinado espectro hierárquico.

³² - Por “*expressive significance*”, Goffman (2003 [1951]) refere-se à característica do símbolo em “*express the point of view, the style of life, and the cultural values of the person who makes it*” (pp. 295). No videojogo, podemos alterar o aspecto visual das nossas armas e armaduras de dois modos: pelo uso de tintas e pelo uso de uma poção particular que permite que uma peça tenha o aspecto visual de outra peça, dentro da mesma categoria – uma espada de cobre passa a ter o aspecto de uma espada de ferro, um capacete de armadura passa a ter o aspecto de um chapéu de pirata, umas luvas pretas passam a ter o aspecto de umas luvas castanhas, grandes e repletas de pelo de urso – sem que isso modifique as propriedades inerentes dos respectivos itens. Esta personalização do equipamento evidencia as características culturais/sociais da personalidade do jogador que as coloca no seu avatar; são símbolos que comunicam o seu gosto, as suas preferências visuais dentro do universo próprio dos itens do videojogo *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*.

a função de proteger o seu utilizador, sendo a utilidade traduzida pela quantidade de dano capaz de absorver. Diferentes itens possuem diferentes funções e distintas utilidades – há espadas que infligem muito mais dano que outras, tornando-se mais úteis quando combatendo inimigos de nível mais elevado – mas estas duas dimensões só se concretizam quando possuímos o item; podemos reconhecer estas questões como informações relativas ao item, mas do qual não usufruímos – é necessário recorrer ao seu uso directo. A consequência imediata da necessidade de posse é o facto de o item/objecto só se concretizar no momento de posse, de obtenção: “*it is by buying things that they become real ... in a consumer society like ours, it is through buying goods that reality takes shape*” (Dunne, A., and Raby, F., 2013, pp. 37); há uma dimensão dos itens que só se concretiza através da posse destes.

Não obstante, as vertentes supramencionadas não são as únicas que se encontram vinculadas aos objectos do videojogo. Em “*Happy Objects*”, Sara Ahmed (2010) aplica o conceito de “*affect*” à cultura material, evidenciando a construção social da noção de que um objecto nos traz felicidade, ou a associação que estabelecemos entre um determinado objecto/cenário a uma ideia de felicidade. Por via de um processo de “*affect*”, projectamos características, outrora não presentes nos objectos, associando-os a emoções ou ideias. Tornamo-los símbolos de um conceito, de uma emoção, de uma memória; associamos o que não é representacional a um elemento de cultura material.

Um processo homólogo ocorre ao vincularmos um item ao “*status*” de um jogador: estamos a projectar uma qualidade do item no jogador. Qualidade a qual fora prévia e, socialmente construída, uma vez que o item, na realidade, possui apenas um função e uma utilidade. Apesar da intenção dos designers de moldar o significado simbólico do item através do seu uso, é apenas no confronto com outros jogadores – na arena social – que este é verdadeiramente realizável; isoladamente o item possui apenas uma função e uma utilidade, sendo que só quando é introduzido no meio social, na zona de comércio, por exemplo, é que consubstancia a vertente simbólica.

Trata-se, contudo, de um processo lógico comum na Antropologia, a construção simbólica dos objectos, das suas funções, por exemplo, em obras de Marcel Mauss (2015 [1950]) ou Sophie Chevalier (2001 [1997]). O que distingue o videojogo, neste aspecto é a sua capacidade de integrar contextualmente este conjunto de dinâmicas; através da moldação de elementos como o espaço, a narrativa, a personalização dos itens, é possível introduzir construções simbólicas de “*status*” na dinâmica estrutural do sistema de nivelção. Algo que é inerentemente construído por intermédio social transforma-se numa questão de contextualização estrutural e das resultantes dinâmicas impostas à nivelção e à coexistência entre avatares. Induz-se o social, enquanto lugar de coexistência. A dimensão espacial é moldada com o intuito de condicionar e orientar a arena social e consequentes práticas emergentes. O imaterial das relações entre avatares, a capacidade em mimetizar uma relação humana, na sua vertente afectiva, entre figuras virtuais resulta de um planeamento estrutural das acções permitidas ao jogador, do espaço urbanístico passível de ocupação e das distinções simbólicas produzidas activamente. O videojogo não se extingue na dimensão da sua jogabilidade: há interacções e diálogos que se reproduzem entre duas vertentes, sendo que, se gera um produto, um objecto, capaz de compreender inúmeras e variadas construções identitárias. Consequentemente o acto de jogar um videojogo poderá ser categorizado enquanto experiência, ideia a defender no capítulo seguinte.

Capítulo IV

“Such forms of relatedness are not necessarily genealogical or familial; they may be based on relationships created among avatars (and their humans) on Second Life ...”

“Disability in the Digital Age”, Ginsburg, Faye, 2012

1 – Videojogo enquanto experiência

Reflectir sobre como se desenvolve a relação com os videojogos é preponderante, pois permite não só enquadrar categoricamente os conceitos abordados ao longo dos últimos capítulos – tal como *“engagement”*, *“affect”* ou contexto -, mas também pelo valor experiencial que representa para o utilizador. Ou seja, poderemos perspectivar o videojogo unicamente pela óptica do jogo, do entretenimento, ou será que este possui a capacidade de postular dinâmicas relacionais que relegam o objecto do videojogo para algo complexo de definir, para algo de teor mais não-representacional?

Antes de empreender a tarefa de pesquisa etnográfica relativamente à materialidade do mundo virtual dos videojogos, e consequentes efeitos sobre o utilizador, registei uma conversa com um amigo, Gustavo Ferreira, sobre a temática que iria abordar ao longo do trabalho. Essa conversa, em certa medida, delineou o que iriam ser os parâmetros da abordagem contextual e afectiva, registados na presente tese. As narrativas pessoais de uso de videojogos possuem múltiplos pontos de contacto entre os jogadores. Existe, não obstante, uma linha de raciocínio que sobressai: a construção de momentos/ligações de teor afectivo – ou do não-representacional – em relação aos videojogos e aos seus contextos, em particular com as personagens e as suas narrativas:

Tomás – Jogaste *“Red Dead Redemption”*?

Gustavo – Sim, foi um dos meus grandes jogos.

Tomás – Como é que o descreverias?

Gustavo – O jogo em si?

Tomás – Sim, o jogo, o jogar, como foi?

Gustavo – Uma experiência interessante. Houve muitos momentos memoráveis, coisas que uma pessoa hoje ainda se lembra com ternura.

Tomás – Memorável? Explica-me por favor.

Gustavo – Vou-te dar um exemplo. Lembras-te da parte da montanha, depois de matares Dutch. Há ali um período de dois três minutos em que não tens missão, é só descer a montanha para a ir buscar, à tua mulher. E eu estava tão entusiasmado com a ideia de ver a mulher, tão dentro do jogo que só queria ir

fazer isso. A música não sei qual é que era ao certo, mas aquilo foi um ambiente muito poderoso. Eu realmente estava preocupado com a mulher e o filho.

Tomás – Preocupado?

Gustavo - Não era bem preocupado. Era como se seu estivesse integrado, como se aquela mulher e o filho fizessem parte da minha vida, entendes?

A utilização do termo “experiência” para descrever o acto de jogar o videojogo “*Red Dead Redemption*” não é fortuito; o cariz da palavra assume uma especificidade quando enquadrada com conceitos como o de “*engagement*”. É latente nos segmentos de entrevistas aqui reportadas, e em obras como a de James Ash (ver data), a interpretação transversal do jogar o videojogo como uma experiência, em oposição – ou complementação - às noções de actividade ou prática. Ou seja, experiência passará a denominar a vivência de jogar um videojogo, consagrando a jogabilidade como algo mais, como algo detentor do não-representacional como elemento preponderante na estruturação da jogabilidade em si. Tal preferência é também resultante, creio, da interpretação da materialidade do “*self*” enquanto agente no mundo virtual. O avatar não está enquadrado no mesmo plano que o actual ou o físico: é uma extensão no virtual. É um elo de ligação na dinâmica entre o virtual e o actual, sendo que, no caso dos videojogos, actua como veículo de “*embodiment*” do utilizador, e não tanto como algo derivado de uma prática. Dos elementos teóricos mais cruciais a reter desta análise é que os jogadores não interpretam o avatar como um elemento resultante de uma dramatização de si mesmos mas como uma extensão do “*self*”, um “*embodiment*”¹ performativo do utilizador no contexto da materialidade virtual dos videojogos.

Não obstante, a experiência de jogar como um “cowboy” no videojogo não é equivalente à experiência de montar um cavalo no sul do estado da Califórnia: é distinto estar lá e ser o “cowboy”, a receber um fragmento da situação. É distinto ser-se o “cowboy” de encarnar um avatar que seja um “cowboy”. A noção e directrizes do termo “experiência”, aplicado aos videojogos, assume, deste modo, um cariz específico, inerente e resultante dos materiais mediáticos e audiovisuais e do tipo de estímulo que estes provocam no utilizador.

Tomás – Achas que a experiência de jogar “*Red Dead Redemption*” é diferente?

Gustavo – Diferente de outro jogo? É isso?

Tomás – Não, desculpa, devia ter sido mais “*to the point*”. Diferente, de, imaginemos, ver um “western”, ou quando éramos criança e havia aqueles bonecos em que metíamos a moeda e andávamos a cavalito diante de um ecrã.

¹ - Este “*embodiment*” é igualmente prezado pelas possibilidades de personificação que oferece, pela capacidade de eliminar constrangimentos actuais – como circunstanciais sociais ou laborais.

Gustavo – Aquela espécie de carrosséis miniatura? Bem, sim, é bastante diferente.

Tomás – Diferente em que sentido?

Gustavo – Eu tenho um grande carinho por aquele jogo. Ouvir a música, procurar elementos do jogo como os bonequinhos à beira da estrada... Sabes, os “strangers”, aquelas missões super esquisitas que às vezes apareciam. É diferente, relacionar elementos do jogo com a vida real, como se fosse um livro. Talvez o género do jogo, um jogo de “cowboys”, me poderá ter dado maior apreço ao género de filmes e livros. Mas é uma experiência completamente diferente de viver o meio do que ver o “O Bom, o Mau e o Vilão”. Percebes? É diferente ver o Clint Eastwood, a ser o Clint Eastwood, jogar o Clint Eastwood. É uma percepção diferente, é estar no universo, jogar com as cartas que ele te está a dar.”

A noção latente de “estar no universo” do videojogo é uma característica da capacidade de integração perceptual e sensorial dos videojogos: é o “engagement” do utilizador com o videojogo em questão. O conceito de “engagement” assume, nestas condições, preponderância na forma como entendemos o jogar o videojogo, no sentido em que complementa e elabora a perspectiva dos utilizadores, e o que, em última instância, os produtores desejam para os seus videojogos – a capacidade de integrar os jogadores na materialidade do mundo virtual construído.

Ao expressar o desejo de ver a mulher e o filho da protagonista do videojogo como elementos da sua família, Gustavo está a evidenciar não só a integração, o “engagement”, que construiu para com os contextos do videojogo – estar a experienciar o universo e as suas directrizes – mas também o “*affect*” que estabeleceu com o videojogo em si. O utilizador está integrado no universo virtual, está focado nesse contexto particular enquanto veicula o não-representacional na vontade de ver uma família composta por códigos de computador, uma resposta afectiva a elementos virtuais e à materialidade do meio. A distinção entre estes dois conceitos – “engagement” e “*affect*” - reside, precisamente, na diferença entre a integração do utilizador no contexto virtual e a resposta de teor afectivo proveniente da mesma.

Somos, de novo, confrontados com a noção de que o avatar representa algo mais que uma mera representação do utilizador, no contexto do mundo virtual do videojogo. Dado o significado do avatar para os utilizadores, tornou-se fulcral o emprego teórico de noções que veiculassem o não-representacional, aquilo que é, em certa medida, indefinido, face o material tecnológico em questão. Proveniente desta linha de raciocínio, surge a necessidade de “*affect*” enquanto modelo de abordagem das dinâmicas entre o virtual e o actual, no caso particular dos videojogos. A materialidade virtual dos mundos que caracterizam a jogabilidade dos videojogos é um fenómeno complexo e dinâmico, e como tal os efeitos que provocam sobre os utilizadores não podem ser circunscritos a

simbolismos ou dramatizações; eles evocam o não-representacional, pois detêm a capacidade de integrar o utilizador noutra plano material.

Ao interpretarmos o uso dos videojogos enquanto uma experiência, a leitura que realizamos dos conceitos aplicados a esse meio – nomeadamente “*engagement*” e “*affect*” – possibilitam outro tipo de perspectivas; influencia, precisamente, a forma como interpretamos as acções e práticas do utilizador em relação ao videojogo e à representação do “self” – avatar – no contexto virtual. Alterando a perspectiva geral com que interpretamos social e culturalmente a entrega do utilizador permitir-nos-á consagrar os videojogos não somente enquanto elementos da cultura material tecnologia, mas também como produtos que activamente constroem e estruturam vivências sociais, culturais, identitárias e económicas. Consagrar a experiência de jogar um videojogo como passível de influenciar afectivamente e retendo grande capacidade de integração irá complementar as perspectivas sobre a relação material e identitária entre o objecto e as suas propriedades – videojogo, o mundo virtual e o “avatar” – e o utilizador, o jogador.

A especificidade da noção de integração no mundo material do videojogo é uma das temáticas provenientes do conhecimento externo produzido em relação ao uso de videojogos, que nos permite conceptualizar o acto de jogar de diferente maneira. O “*engagement*” do utilizador – a sua entrega, a sua integração – reconfigura tanto o acto de jogar – o seu significado, o que representa – como a leitura que se deve ter do utilizador em si. O acto de jogar deixa de ser, sob esta perspectiva, menos uma mera acção de entretenimento e mais uma experiência, uma vivência: estamos lá, mas não enquanto presença actual ou física, dado que é um estado de atenção e um conjunto de acções mediadas pelo avatar. Isto traduz, em certa medida, a materialidade do virtual no caso particular dos videojogos. Interpretar o acto de jogar enquanto uma experiência permite, igualmente, ler o utilizador não como um simples consumidor, ou receptor de entretenimento, mas enquanto utilizador activo e presença afectiva no mundo virtual: como componente crucial na dinâmica entre o actual e o virtual.

2 – Dinâmica avatar-utilizador e virtual-actual

Relativamente às capacidades da experiência em influenciar activamente o utilizador, a acção sobre este, enquanto avatar, não é linear, ou directa. Ou seja, não há a capacidade de moldar a personalidade do utilizador, os seus hábitos² culturais, ou o “*self*” físico; antes a possibilidade de direccionar ou influenciar o apelo e resposta ao videojogo em si, enquanto material de entretenimento, enquanto narrativa e jogo. Gustavo Ferreira, numa conversa mais tardia, referindo-se a esta questão, menciona que os videojogos “*não são formativos*,

² - O poder de influência do uso de videojogos não é comparável a, por exemplo, o poder do Estado em moldar o quotidiano dos seus cidadãos. Contudo, é possível antever que as tecnologias e redes sociais associadas possuam poderes de cariz equivalente.

mas são identitários”. A potencialidade formativa, de produzir alicerces sociais e culturais para o indivíduo não se encontra tacitamente latente no videojogo, mas a capacidade de construir pontos de contacto identitário³, de modo a que o relacionamento seja mais profícuo, está presente e é alvo de trabalho e estudo por parte dos produtores e designers. O modelo contextual, presente no capítulo II, traduz formas em como o videojogo condiciona e molda a actividade dos jogadores de maneira a não só transmitir as regras de funcionamento do mundo virtual, como também a direccionar o utilizador a estabelecer relações identitárias de maior impacto afectivo com os elementos integrantes da arena social virtual. Nessa medida o videojogo não é formativo, mas possui a capacidade de se relacionar social e culturalmente com os seus utilizadores. É também por via deste processo que se estabelece a relação com a materialidade inerente do mundo virtual dos videojogos. O que a caracteriza, e em certa medida distingue das restantes materialidades media, é o potencial contextual de integrar, e consequentemente moldar, o utilizador num plano virtual detentor de práticas e acções próprias, com consequências imediatas: é um jogo com uma dimensão perceptual e sensorial singular e dinâmica.

É através do cariz identitário que o videojogo disponibiliza que as questões sociais e culturais adquirem relevância distinta, pois contribuem para o moldar da relação entre o utilizador e o avatar, exacerbando a integração deste no contexto virtual. Não obstante, há que ter em conta que estes processos ocorrem sob a alçada de equipas de produtores e designers; o videojogo é, em última instância, um produto, ou experiência, a vender, e nesse sentido há uma procura das melhores condições possíveis para tal. Considerar o videojogo enquanto experiência com a grande capacidade de integrar os utilizadores possibilita igualmente uma renovada perspectiva de como este é consumido pelos seus compradores e jogadores. Se, como Sarah Ahmed (2010) afirma, os objectos materiais possuem a capacidade de evocar o não-representacional, o afectivo, então o videojogo, com a sua capacidade de integração e moldação, terá condições excepcionais para, enquanto experiência, perpetuar uma relação económica detentora de cariz afectivo entre o consumidor e o produto.

Este tipo de consumo caracteriza-se pela capacidade do produto – ou objecto material – em estabelecer pontos de ligação identitários e/ou não-relacionais com o consumidor. Por exemplo, o facto de vários jogadores da FC, durante o tempo em que me encontrei a realizar investigação no mundo virtual de Final Fantasy XIV: A Realm Reborn gastarem dinheiro actual – dólares, euros, libras – em itens para o videojogo, como no caso de Lapis Lazuli, traduz esse tipo de consumo afectivo. O propósito dos itens reside na alteração do aspecto visual do avatar, em personalizar o nosso “*self*” virtual de forma mais congruente com as nossas expectativas e desejos. A dinâmica afectiva é paralela à dialéctica entre o físico e o virtual, pelo que ocorre, naturalmente, grande procura dos

³ - Por pontos de contacto identitário refiro-me à capacidade que o videojogo – tal como muitos outros objectos de cultural material – possuem em formar ligações com o utilizador ou comprador.

elementos visuais que nos irão agradar especialmente, ou representar de forma mais correcta. O “*embodiment*” virtual carece do mesmo tipo de efeitos do não-representacional que o nosso corpo no plano actual, ou físico. Como tal, o consumo de itens que proporcionem tal representação surge como uma extensão económica da relação afectiva estabelecida entre utilizador-avatar-mundo virtual e entre a dialética do físico e virtual.

A relação construída entre o utilizador e o respectivo avatar está na base de muitas das microtransacções que se verificam nos videojogos. Em particular, refiro-me às que têm como elemento transacionado produtos destinados à alteração coméstica – ou visual – do avatar. Existem igualmente microtransacções potenciadas pela competição entre os jogadores. Contudo, o que este tipo de transacções económicas evoca é a relação dinâmica e complexa entre o virtual e o actual, a qual não se restringe a ou não se define por meramente elementos simbólicos ou identitários, mas pela composição inter-relacional entre distintos aspectos. A forma como nos representamos no mundo virtual pode estabelecer interacções económicas que vão para lá da obrigatória, que é a compra do videojogo. Por outro lado, a competitividade associada ao videojogo pode ter como consequência a compra de produtos que nos permitam ter vantagens sobre outros jogadores. Consequentemente a dinâmica entre o virtual e o actual assume proporções e características gradualmente mais densas e complexas; não há apenas uma abordagem teórica, ou uma característica a considerar relativamente à relação utilizador-avatar, antes a teia inter-relacional de múltiplas facções e modos de perspectivar o videojogo e a sua materialidade.

3 – Transversalidade mediática e “polymedia”

Durante o tempo de realização de observação-participante no mundo virtual de “*Final Fantasy XIV : A Realm Reborn*” integrei um grupo de jogadores - uma “Free Company” –, a qual existia, enquanto grupo social de utilizadores, não só no contexto do videojogo, mas em muitas outras plataformas sociais e mediáticas. Enquanto elementos externos ao mundo jogável, os utilizadores comunicam entre si também através de plataformas sociais, como o “Facebook”, transpondo o sentimento de pertença de grupo da arena jogável para uma rede social. Os jogadores, enquanto utilizadores humanos, constroem entre si redes sociais - conhecem-se, partilham músicas, histórias de outros videojogos, críticas e opiniões de filmes, videojogos ou séries de televisão – tal como um grupo de amigos que se encontre regularmente num espaço físico, como um café. A diferença reside no espaço de encontro: não é um lugar actual, é um mundo virtual, o que reforça a ideia de que “*the virtual is more a new kind of place rather than a form of placelessness*” (Miller, D. et Horst, H., 2012, pp. 27). O espaço virtual da arena de jogo é um novo lugar de comunicação e interacção social, onde, sob a forma de avatares, os utilizadores comunicam de acordo com estruturas e formas de diálogo – mensagem privada, mensagem de FC – inerentes

ao videogame em questão, sendo que estas amizades se propagam para outras plataformas sociais.

Existe um fluxo social dinâmico transversal a múltiplas plataformas tecnológicas e mediáticas, através do qual é possível constatar que o sentimento de pertença e integração latente nas “Free Company” é perpetuado em outros cenários tecnológicos e respectivas dimensões virtuais. Deste modo uma comunidade particular a um momento do videogame pode perpetuar-se em outros locais detentores da sua capacidade em gerar o virtual enquanto espaço material. Tal acontece através do uso de plataformas sociais, dado que ferramentas como “Facebook”, “Tumblr” ou “Twitter” dão acesso a correntes de conectividade entre jogadores num espectro mundial. Travar conhecimento com um grupo particular de jogadores no cenário virtual de “*Final Fantasy XIV : A Realm Reborn*” não é sinónimo da existência de comunicação exclusiva àquele espaço virtual; em questão está a transversalidade mediática que a comunicação assume. Para tal basta, por exemplo, procurar no “Facebook” grupos de conversa relativos ao videogame em questão, e, ao integrar ditos grupos estaremos não só a perpetuar o sentimento de pertença que, originalmente, era subsequente da arena jogável, como também a expandir o universo sociocultural do videogame a contextos mediáticos mais abrangentes e diversificados.

A relação entre os utilizadores é, pois, mediada de acordo com a plataforma tecnológica selecionada para desenvolver a amizade e comunicação, conceito denominado de “polymedia” (Madianou, M., et Miller, D., 2012). Nesta situação os utilizadores irão interagir sob várias formas diferentes, ajustadas de acordo com a realidade da plataforma social em questão. Por exemplo, a interação de utilizadores de “Instagram” é diferente da interação veiculada pelo “Twitter”; o meio mediático possui propósitos e finalidades distintas. Similarmente os membros da FC irão interagir e conversar de formas diferentes de acordo com o meio virtual em questão. Ao passo que no mundo virtual do videogame as conversas são de teor mais “profissional”, relacionadas com questões inerentes ao jogo⁴. Não quero por isto dizer que as conversas sejam exclusivamente sobre o videogame: existe sempre o diálogo de cortesia, o habitual “como estás, o que te tem acontecido”. A diferença está na predominância de uma retórica associada à jogabilidade quando situados no mundo virtual, e de partilha de indícios de personalidade ou gostos em plataformas como “Facebook”. O conteúdo da conversa é variável e relacional com o meio mediático utilizado pelos intervenientes.

Em circunstâncias mediáticas como o “Facebook” é possível aos vários integrantes interagir e participar em diálogos e partilhas distintas das possíveis no mundo virtual do videogame. Por exemplo, ao passo que Apple Gear raramente

⁴ - As conversas são, maioritariamente, derivadas de situações de jogo. Pedidos de ajuda para uma “dungeon”, opiniões sobre como ganhar experiência para uma determinada classe, qual o melhor material para fabricar uma espada, entre outros exemplos. Predominam tópicos essenciais ao funcionamento proficiente da jogabilidade, sendo que só após estas questões serem debatidas é que surge a conversa “ocasional”, ou de amizade.

fala sobre a vida pessoal no âmbito do videojogo, no grupo de “Facebook” é habitual ter conversas com ele sobre os tempos que esteve empregue num dos armazéns da empresa Amazon, na sua sucursal britânica. Em várias circunstâncias encetei conversa com ele, por via de “Facebook”, durante as quais ele me contou algumas histórias pessoais, sob o perfil da sua figura actual, Billy, e não enquanto o avatar Apple Gear:

“Tomás – So, you like living in Manchester?

Billy – Sort of, it’s too rainy.

Tomás – Lel, you guys always complain of the weather because there’s too much rain, while we have too much heat sometimes

Billy – Oh, but Portugal is awesome.

Tomás – U ever been here?

Billy – Ya. Lisbon. Only a couple of days thought. But really cool weather, very sunny.

Tomás – Why did you come here?

Billy – It was back when I was cooking in na Italian restaurant, in London. My boss loved portuguese food and sort of convinced me to visit Lisbon. The flights are pretty cheap.”

“Tomás – Billy, the other day you told me you lived in Manchester?

Billy – I AM from Manchester, lol.

Tomás – Oh, that’s cool. Are you a devil or a citizen?

Billy – Devil, who do you take me for? Mourinho is great.

Tomás – He is, I’m Portista, so you know. Champions league and all.

Billy – Only wish he can do the same for us. You a United fan?

Tomás – Kinda, I love Premier League, but I’m more of a Liverpool fan. You Will Never Walk Alone and all that. Gonna go to Anfield one day.

Billy – Liverpool is a nasty city, but it has a wonderful stadium.”

Em ambos os trechos supra-mencionados desenrolam-se diálogos entre dois utilizadores, que se conhecem por via dos seus avatares no mundo virtual do videojogo, e cuja amizade é transposta para o meio social do “Facebook”, no qual se encetam conversas sobre os nossos países de origem e gostos futebolísticos. Tais conversas não são tão comuns no meio do videojogo, não por este não as permitir, mas pelo facto de que a acção do acto de jogar – mexer no comando, prestar atenção ao que nos rodeia, realizar o que desejamos com o avatar - não ser inteiramente condizente com diálogos extensos em simultâneo. Ou seja, torna-se mais fácil para os utilizadores recorrerem a outros meios mediáticos de modo a concretizarem as suas intenções de sociabilização grupal

do que as realizar numa situação de jogo, embebida em inerentes contextos de atenção e “*engagement*”.

Outros utilizadores partilham vídeos de músicas ou séries, trocando comentários e histórias. O meio mediático possibilita, deste modo, uma maior inclusão temática e diálogo diversificado, abrangendo não só o que é proveniente do videojogo que partilhamos, mas também dos mundos físicos que habitamos, interagindo não só enquanto avatares, mas igualmente na condição de seres humanos com empregos, gostos e histórias pessoais.

Os integrantes da FC poderão, pois, construir e integrar grupos de pertença noutras plataformas – que denota a noção de comunidade associada às tecnologias mediáticas – mas irão, igualmente, utilizar tais grupos para conceber um espaço de troca de informação e reflexões. Tal como Juul (ver data) menciona, é comum escreverem-se guias para os videojogos, compêndios de informação de como passar um determinado nível, realizar uma acção em concreto, ou derrotar um inimigo poderoso. Estes guias são compêndios das experiências e perspectivas de outros jogadores – e/ou produtores – que disponibilizam essa informação para o público. Os grupos de conversa associados aos videojogos são igualmente espaços para construir reflexões sobre como jogar e trocar informação sobre os problemas inerentes à prática: são espaços de conversa de uma comunidade, construída em torno de um objecto material e da sua utilização. Nessa medida são construídas reflexões sobre o significado do jogo, da sua jogabilidade ou do impacto que este terá (ou tem) na história dos videojogos. Estas reflexões perduram na materialidade da página de Internet do “Facebook” da FC, não sendo, contudo, transpostas para algum livro ou artigo; são discussões e conjuntos de comentários que formulam múltiplas conversas e “posts”, debatendo, por exemplo, o papel dos produtores em criar personagens principais femininas nos videojogos, ou como o corpo humano é representado virtualmente.

A transversalidade mediática da presença da FC é uma das problemáticas crucias que derivam da utilização de videojogos. Eles são – os videojogos - nestas instâncias, portais sociais para lugares virtuais de pertença, mediando debates, conversas e amizades de acordo com a nossa existência no seio dos processos digitais. A dinâmica latente entre o virtual e o actual engloba não só a materialidade do mundo do videojogo, mas também os processos sociais transversais às múltiplas circunstâncias mediáticas associadas ao uso do videojogo. Recorrer ao videojogo como ponto de partida da análise de como relações sociais, mediadas por elementos virtuais, se desenrolam e produzem teias de interligações e transversalidade entre múltiplas plataformas digitais. (incluir parágrafo sobre artigo dos doentes motores).

4 – Teorizar sobre videojogos e respectivos conceitos

O propósito, ao longo dos presentes capítulos, tem sido o de elaborar uma retórica reflexiva sobre o uso de videojogos, do respectivo conhecimento pelos utilizadores e produtores humanos e sobre a dinâmica particular entre o actual e o virtual subjacente a este item material. Para tal torna-se fulcral, como Tom Boellstorff (2012) advoga no caso da antropologia digital, ponderar a abordagem metodológica: “*rethinking digital anthropology must therefore address not just (1) the theoretical frameworks we employ and (2) the socialities we study, but (3) how we engage in the research itself*” (pp. 53). Não obstante o paradigma reflexivo que apresento, não me proponho a repensar o nodal da antropologia digital, antes, unicamente a abordagem que realizo à problemática dos videojogos.

O enquadramento teórico basilar começa por postular o que se entende pela aparente dicotomia ou continuidade entre o físico (ou actual) e o virtual dos videojogos, sendo que, como mencionei na introdução do presente trabalho, o termo “real” introduz a falta de realidade perceptível da materialidade dos mundos virtuais. De facto, não existe dicotomia, nem continuidade: os planos não se sobrepõem – é impossível existir fisicamente dentro do videojogo – nem, tão pouco, existe dicotomia ou separação, dada a homologia que existe entre construções políticas, sociais e habitus (Bourdieu, ver data). Existe, pois, uma dinâmica de diálogo entre os dois planos, na medida em que há conceitos e práticas transversais, alicerçando, inclusive, a própria materialidade do virtual enquanto espaço de acção e interacção. Posto isto, consegue-se perspectivar o espaço interno do videojogo e os seus mundos virtuais como detentores de particularidades práticas e sociais. O foco, aquando o estudo de videojogos, deve residir não no mundo virtual enquanto composto de códigos e materiais mediáticos, mas antes nas teias de relação deste com os seus utilizadores e produtores. O crucial está na forma como a materialidade virtual é tornada significativa para o utilizador, como, através de conjuntos de acções, práticas sociais e composições do sujeito – enquanto avatar localizado em vários contextos – o mundo virtual é tornado preponderante e detentor da capacidade de induzir e moldar o não-representacional. Para o efeitos teóricos, um dos aspectos mais importantes relativo ao uso de videojogos reside na forma como espaço virtual é frequentado e utilizado pelos jogadores. É, pois, a sua utilização que o consagra como significativo, como detentor de possibilidades afectivas.

O espaço de observação etnográfica, neste caso de estudo, é composto pela dinâmica entre o espaço virtual – e respectiva materialidade – e os seus utilizadores e designers. Ele é co-construído pelo antropólogo e pelas reflexões veiculadas pelos utilizadores e designers relativamente ao seu uso e percepção. De facto, a dimensão não-representacional, basilar à teoria aqui veiculada, é originária a reflexões para-etnográficas (Marcus, ver data), mediadas teoricamente e transpostas textualmente. Dever-se-á, seguindo esta linha de

raciocínio, não focar exclusivamente o campo de observação ao uso material no plano actual, mas complementá-lo e integrá-lo com as directrizes e dimensões da materialidade virtual dos mundos veiculados pelos videojogos.

Contudo é igualmente importante perspectivar o mundo virtual do videojogo como um espaço complementado por outros locais mediáticos, tal como as redes sociais. A transversalidade mediática das interações de índole sociocultural, originadas no âmbito do videojogo, enquadram, por sua vez, novos espaços de pesquisa, novos cenários de observação de como a integração em sociedades virtuais é promovida e executada. Nesse sentido os videojogos revelam-se excelentes pontos de partida para compreender como a relação entre utilizadores se desenvolve no seio do “*embodiment*” virtual.

Há, também, que considerar que o utilizador de videojogo não é só um avatar no cenário visual, mas, de facto, um agente que molda a experiência virtual e que é moldado por esta. Semelhante retórica é veiculada pelos produtores de videojogos que procuram actuar sobre o utilizador, no âmbito do corpo dos respectivos avatares e da jogabilidade, de forma a moldar a experiência do jogo de acordo com determinados parâmetros e finalidades, em particular a configuração de “*affect*”, do não-representacional. A relação afectiva entre o utilizador e o seu avatar é afectada pela permanente acção de moldação, e como tal os mecanismos que originam as dinâmicas de “*affect*” devem surgir como nodais ao alicerçar reflexões sobre o uso de videojogos. A relação afectiva não é subsequente das dinâmicas de moldação, no entanto, é passível de alteração. “*Affect*” surge como elemento natural do “*embodiment*” no plano material realizado pelo utilizador. Ou seja, o conceito é derivado da relação estabelecida entre o virtual e o actual, na situação particular da relação que se tem com a nossa representação no mundo virtual do videojogo. O contexto do videojogo irá, por sua vez, actuar sobre esta dinâmica, tornando-a evidente e reforçando o sentimento de pertença e identificação que nutrimos pelo avatar.

Depreende-se, pois, que de maneira a compreender as dinâmicas contextuais, afectivas e virtuais em “primeira mão” teremos de concretizar a nossa presença no mundo virtual; teremos de observar e participar nos mundos veiculados pelos videojogos e restantes plataformas digitais. A principal vantagem da participação nestes conteúdos virtuais reside na observação em primeira instância do desenrolar das práticas sociais e culturais de quem joga, de quem está presente no mundo virtual do videojogo. Ou seja, ao jogarmos estaremos a presenciar, em tempo real, o acto de jogar e o conjunto de práticas sociais – conversa entre avatares, trocas, lutas, integração de FC – de inúmeros outros participantes; não estaremos a basear-nos numa representação do mundo virtual, transmitida por jogadores que entrevistamos, mas sim nos acontecimentos desse mundo, vivenciados por nós, na qualidade de investigador. Não nos estaremos a basear em “*elicitation methods*” (Boellstorff, T., 2012), antes a recorrer à nossa presença no mundo virtual com o intuito de observar as práticas de jogo e como estas se relacionam com os utilizadores.

A prática metodológica da observação-participante assume um papel preponderante na formatação das reflexões que se irão construir, dado que num caso de estudo em que o mundo virtual possui materialidade – e como tal conjuntos de práticas sociais e culturais inerentes – torna-se impossível de dissociar a boa reflexividade da presença “física” no mundo jogável. De acordo Tom Boellstorff (2012) a principal contribuição da prática metodológica da observação-participante reside, precisamente, na providência de um conhecimento mais detalhado relativamente às práticas e significados consequentes. Principalmente em casos que envolvem múltiplas forças e actores – como é o caso da presença em mundos virtuais de videojogos – torna-se fulcral observar o desenrolar da produção afectiva, da influência contextual sobre o avatar, das interações entre utilizadores no âmbito do jogo, de conjuntos de práticas das quais não tínhamos total compreensão – e por vezes consciência de existência. Deste modo há que estabelecer uma presença habitual e prolongada no meio virtual sobre o qual se pretende reflectir, e só assim poderemos identificar um leque mais abrangente de práticas culturais daquelas que inicialmente nos propusemos a estudar.

Não obstante os meus anos enquanto jogador, só aquando a elaboração de um projecto inicial de pesquisa é que me deparei com as idiosincrasias dos videojogos; é diferente ser-se jogador de realizar pesquisa e reflexão sobre jogar. A inicial construção de pesquisa é lacunar, pelo que só é possível compreender os contornos das teias de significado quando confrontamos as ideias iniciais com a informação recolhida por via da observação-participante, da integração no mundo virtual e da interacção com os utilizadores. Torna-se distinto o apreciar o videojogo enquanto utilizador recorrente, de perscrutar atentivamente as acções e construções de relação afectiva enquanto antropólogo. O tipo de atenção despendida é diferente, assim como os pormenores aos quais prestamos atenção enquanto utilizador e antropólogo; ao passo que enquanto utilizador nunca me interessei particularmente pelos motivos que levavam determinados jogadores a alterarem consecutivamente o aspecto dos respetivos avatares, enquanto antropólogo cabia-me compreender as motivações e questões por detrás deste acto. A principal diferença reside, pois, na compreensão reflexiva das motivações e significado das acções que se desenrolam no seio do mundo virtual.

Justifica-se a presença no mundo virtual pela elucidação motivacional e significativa que esta faculta. O método etnográfico aplicado aos videojogos deve, pois, ter em consideração que a materialidade virtual dos mundos que os videojogos apresentam alteram a relação que o utilizador tem para com o videojogo enquanto objecto material. Ou seja, realizar uma etnográfica sobre videojogos não deve ser exclusivamente alicerçada na dimensão material destes, mas também deve ter em conta a componente relacional entre o actual e o virtual e como esta influencia os utilizadores.

Relacionarmo-nos com os videojogos, para efeitos de pesquisa, não é algo inerente; há que ter em consideração múltiplas dinâmicas, não só referentes aos

planos materiais – virtual e actual – mas também às directrizes e contextos que regem e molda o espaço virtual. O objectivo da presente tese foi, nesse sentido, de construir uma base teórica que expusesse as dinâmicas relacionais entre os videojogos e os seus utilizadores: o significado destas, como elas funcionam, que impacto têm, e, sobretudo, quais as dimensões que as compõem. Em tom de pré-conclusão, creio que consegui delinear os pilares virtuais e actuais que caracterizam o uso dos videojogos e respectivos espaços de jogabilidade.

Conclusão

Durante os meses de pesquisa para formular os argumentos veiculados na presente tese, encontrei vídeos de “Youtube” e artigos online referindo-se a um “jogo” que estaria a ser construído, maioritariamente, pelo governo chinês e o homólogo chinês à Amazon. Os fundamentos deste jogo estabeleceriam aquilo que corresponderia às regras do “bom cidadão”: ao comprar produtos de origem interna receberíamos pontos, ao louvar atitudes do governo nas redes sociais ser-nos-iam atribuídos mais pontos, num conjunto variado de acções cuja finalidade última consistiria no fortalecimento da base de apoio do governo chinês. Em contrapartida a compra de produtos importados ou demonstrações públicas – no plano das redes sociais - de descontentamento teriam como consequência a perda de pontos. O sistema de pontos, por sua vez, teria consequências na vida actual do cidadão chinês, pois ele iria “trocar” supramencionados pontos por vistos de visita a países estrangeiros, empregos mais lucrativos, ou acesso a bens comerciais de melhor qualidade. O que, inicialmente, considerei ser muito peculiar veio mais tarde a ser confirmado como verídico por vários estudantes chineses que conheci; de facto o jogo existe, em versão beta¹, e que, caso o calendário fosse cumprido, seria tornado obrigatório a partir de 2020.

Latente neste exemplo está o principal dilema – e finalidade – dos argumentos veiculados ao longo de quatro capítulos: a continuidade entre o actual/físico e o virtual, como é perspectivada e compreendida a continuidade de planos, nomeadamente relativo ao não-representacional, ao afectivo. Como é que a continuidade entre o actual-virtual, proposta por Tom Boellstorff (2012), é estabelecida no caso particular dos videojogos? Quais serão os meios predominantes pelos quais o utilizador se irá relacionar com o plano material da sociedade virtual que os videojogos estabelecem?

As questões aqui colocadas estão inerentemente correlacionadas com o impacto tecnológico dos videojogos – e planos materiais virtuais – no quotidiano social e afectivo dos seres humanos; ou, colocado sob outra perspectiva, como é que a cultural material tecnológica produz relações de índole social, cultural e afectiva com os respectivos utilizadores, e como estas são, por sua vez, prolongadas em várias redes sociais/mediáticas. Ao longo dos capítulos aqui presentes procurei apresentar perspectivas teóricas que enquadrassem estas questões no uso específico dos videojogos, em especial referentes ao videojogo “*Final Fantasy XIV: A Realm Reborn*”, mas que simultaneamente permitissem estabelecer um paradigma da continuidade entre o actual e o virtual aplicável a múltiplas plataformas mediáticas.

¹ - Versão beta significa que o jogo ainda não está finalizado, que se encontra em tempo de teste, sendo que a versão final pode diferenciar substancialmente da que existe.

Confrontado com o paradigma particular dos videojogos, considerei fulcral construir uma abordagem teórica que possibilitasse pensar como é que o plano material virtual opera estruturalmente com o utilizador, no seio do quadro da jogabilidade e do uso virtual das sociedades inerentes aos videojogos. Nesse sentido tive de, numa primeira instância e ao longo do primeiro e segundo capítulo, postular um conjunto de conceitos e abordagens relativos à problemática do uso de videojogos. A interpretação de “engagement”, por exemplo, resulta da adaptação do conceito sob uma perspectiva que evoque a relação entre utilizador e objecto/plano virtual, e que esteja menos focada no ideal técnico. Reconsiderar a aplicação de conceitos originalmente provenientes da terminologia mais técnica de programadores e designers de videojogos permite não só estabelecer uma inicial base de teorização dos videojogos, mas igualmente postular uma abordagem centrada no estudo da cultura material do videojogo. O argumento nodal do primeiro capítulo reside, pois, na renovada abordagem à evolução dos videojogos – focada num ponto de vista de cultura material, de como e onde o videojogo é utilizado – e no impacto de índole sociocultural destes nas circunstâncias dos jogadores. Deste modo é possível compreender que os videojogos, ao longo dos anos, se tornaram não só importantes objectos de entretenimento, mas também instrumentos tecnológicos detentores de propriedades únicas e a capacidade de estabelecer dinâmicas singulares no seio da continuidade entre o actual e o virtual, tal como o conceito de “engagement” (por exemplo) o demonstra.

Contudo, a arena virtual dos videojogos e respectivo modelo interno de funcionamento constituem igualmente temas de investigação. Nesse sentido não só é crucial compreender a continuidade em si e aquilo que a constitui, mas também como esta é desenvolvida no seio da jogabilidade. Com esta ideia em mente, procurei desenvolver uma abordagem – e consequente enquadramento teórico – que possibilitasse a compreensão de como a arena virtual se relaciona com o utilizador e consequentemente molda a acção, a jogabilidade. Ou seja, como é que, através das suas características inerentes – narrativa, visuais, entre outras – a arena virtual do videojogo molda a acção e possibilidades de agência por parte do utilizador nesse mundo e particular sociedade. A esta abordagem conceptual dei o nome de modelo contextual, o qual tem como finalidade ajudar a compreender como é que o contexto de jogabilidade influencia o utilizador, as suas acções e induz elementos “não-representacionais”, ou afectivos, no seio da relação com o videojogo e respectivos elementos.

É por intermédio do contexto da jogabilidade que o utilizador interage e experiencia a arena virtual e respectiva materialidade; depreende-se, pois, que seja por intermédio do contexto da jogabilidade que o utilizador estabelece conexões de vários tipos – sociais, culturais, afectivas – e perpetua a continuidade entre os elementos actuais e virtuais. É o estabelecimento e o impacto destas conexões que regem teoricamente a abordagem aos videojogos: qual o processo pelo qual a continuidade entre o actual e o virtual é elaborada e perpetuada, e que consequências pode esta conectividade singular com a tecnologia trazer para o

utilizador? O argumento engloba procedimentos inerentes à cultura material, estendendo-os de modo a incluir significações e procedimentos exclusivos à jogabilidade, à utilização de videojogos.

Ao longo do capítulo 3 abordei os mecanismos e características a que os videojogos – com atenção particular ao videojogo *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* – recorrem de modo a induzir elementos afectivos na continuidade entre o actual e o virtual. Estruturas de jogabilidade que possibilitam a individualização do avatar enquanto simultaneamente incluem o utilizador num ambiente socialmente moldado fomentam o estabelecimento de relações de cariz afectivo para com elementos inerentes ao virtual. A consequência deste procedimento revela-se não só no condicionamento da jogabilidade que é provocado, mas também na indução de dinâmicas não-representacionais entre o utilizador e o avatar, entre o jogador e videojogo.

Por sua vez, a existência de relações afectivas, juntamente com o “engagement” induzido pela capacidade tecnológica do videojogo, produzem experiências de jogabilidade – e na própria forma de jogar e encarar o videojogo – singulares, tal como exponho no capítulo 4. Encarar o videojogo enquanto uma experiência, e não meramente enquanto entretenimento, ou as acções de focar recursos económicos para obter vantagens nas circunstâncias de jogo, são representativos de um novo paradigma de compreensão da jogabilidade e da utilização de videojogos: uma perspectiva que configura o videojogo detendo a capacidade de se relacionar com o utilizador sob várias perspectivas, e não apenas enquanto objecto tecnológico passível de utilização. O videojogo torna-se, deste modo, um elemento activo na produção de significâncias referentes à continuidade entre o actual e o virtual.

Compreender o impacto cultural, social, económico e afectivo dos objectos materiais que nos circundam no quotidiano constitui um contributo considerável na perspectiva que detemos da antropologia e da cadência da vida pós-moderna. Contudo, compreender como é que a tecnologia – e em particular os videojogos – se integram no quotidiano e introduzem novos modelos dinâmicos surge como premente, não só pelo avanço tecnológico desencadeado nos recentes anos, mas para compreender como é que este pode ser utilizado no seio da existência humana. Os videojogos não são exclusivamente instrumento mediáticos com a finalidade de entretenimento: são planos virtuais cujas materialidades têm a capacidade de afectar e moldar a experiência do utilizador, sendo que esta capacidade se pode traduzir para o plano actual e ter consequências físicas.

Exemplos de jogadores que recorrem a situações de “pay-to-win”, ou à compra de “cosmetics”, registam notoriamente como, graças a frequentar um determinado plano virtual enquanto avatar, o jogador é afectado pelas circunstâncias e contextos, o que o induzirá a tomar decisões cujas consequências são actuais – o dispêndio de dinheiro físico – mas cujos efeitos são inerentes ao plano virtual. O rumo de desenvolvimento da dinâmica actual-virtual surge como dos principais contributos do estudo de videojogos à antropologia, mas também

como um dos pilares de abordagem à temática em questão. Ou seja, não só deve constituir uma das temáticas de maior capacidade fracturante na abordagem geral à cultura material tecnológica, como também deverá ser considerada uma das questões nodais e de maior amplitude teórica introduzida no estudo de videojogos, seja pela antropologia ou outra disciplina.

A capacidade afectiva dos videojogos potencia novas formas de relacionamento com a cultural material e tecnológica que caracteriza a sociedade quotidiana. O leque teórico de abordagens aos videojogos não só se torna mais abrangente, como possibilita a discussão detalhada da legalidade de circunstâncias como “pay-to-win” ou as “loot boxes”², e as consequências e impactos que tal pode ter num tecido social altamente tecnológico que, recorrentemente, utiliza micro-transacções não monitorizadas. Os videojogos não são objectos tecnológicos usuais, nem tão pouco recorrem a semelhantes processos mediáticos e de interação com o utilizador como as redes sociais; neles ocorrem processos singulares de “affect”, cujo impacto é predominante e basilar na compreensão dos processos e dinâmicas inerentes. Exemplos de adaptação das regras e processos da jogabilidade como o supramencionado caso que o governo chinês correntemente desenvolve traduzem a premência da teorização dos processos nodais e regentes dos videojogos e como estes instauram relações com os respectivos utilizadores. As relações, como demonstrei, não se restringem ao social ou cultural: antes possuem características singulares e possuem a capacidade de induzir o “não-representacional” de forma única.

O impacto estrutural que os videojogos têm – e continuarão a ter – excede o campo do entretenimento. As suas características mediáticas e tecnológicas exclusivas implica que, enquanto elementos da cultura material vigente, desfrutem de capacidades singulares ao traduzir a continuidade actual-virtual. O objectivo da presente dissertação foi o de estruturar uma abordagem a esta capacidade, caracterizando não só o videojogo em si e respectiva utilização, mas também o impacto transversal que este objecto possui. Teorizar, partindo de um ponto de vista antropológico, sobre videojogos traduz, sob várias perspectivas, algumas das idiosincrasias do que presentemente, significa viver numa sociedade tecnológica.

² - As “loot boxes” constituem compras de vários itens a serem utilizados no videojogo. São caixas de itens, sorteados aleatoriamente pelo código do videojogo em questão. A problemática nesta situação surge quando os utilizadores do videojogo são menores de dezoito anos, pois, visto que a obtenção dos itens é aleatória e paga pode ser equiparado, legalmente, a um jogo de azar.

Bibliografia

Ahmed, Sara, (2010). “*Happy Objects*”. In Seigworth, Gregory J., and Gregg, Melissa (eds), (2010). “*The Affect Theory Reader*”, Duke University Press.

Anderson, Ben, (2007). “*Hope for nanotechnology: anticipatory knowledge and the governance of affect*”. *Area*, Volume 39, Number 2: 156 – 165.

Anderson, Ben; Harrison, Paul (eds), (2010). “*Taking-Place: Non-Representational Theories and Geography*”, Routledge, Abingdon, United Kingdom.

Anderson, Benedict, (2006 [1983]). “*Imagined Communities*”, Verso, London.

Anderson, Joseph, (2015). “*Fallout 4 Analysis*”, Vídeo de Youtube [consultado a 09 de Julho de 2017], disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=A34poZ6paGs&t=3s>.

Anderson, Joseph, (2016). “*The Witness - A Great Game That You Shouldn't Play*”, Vídeo de Youtube [consultado a 05 de Julho de 2017], disponível em https://www.youtube.com/watch?v=KZokQov_aH0.

Anderson, Joseph, (2016). “*Uncharted and The Last of Us - Great and Terrible Games*”, Vídeo de Youtube [consultado a 09 de Julho de 2017], disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=ma4DJbvO84I>.

Anderson, Joseph, (2017). “*Little Nightmares, and The Importance of the Experience*”, Vídeo de Youtube [consultado a 16 de Julho de 2017], disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=nhQ66CozrgY>.

Appadurai, Arjun, (1996). “*Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*”, University of Minnesota Press, Minneapolis.

Arendt, Hannah, (2006 [1963]). “*Eichmann in Jerusalem*”, Penguin Classics, Penguin, London.

Ardèvol, Elisenda, (2005). “*Dream Gallery: Online Dating as a Commodity*”. 6th EASA Media Anthropology Network e-Seminar, 28 June-5 July.

Ardèvol, Elisenda (2005(2)). “*Cyberculture: Anthropological perspectives of the Internet*”, *Using anthropological theory to understand media forms and practices workshop*, 9th December, Loughborough, United Kingdom.

Ardèvol, Elisenda; Roig, Antoni; San Cornelio, Gemma; Pagès, Ruth; Alsina, Pau, (2006). *Europe and the World WO13 Understanding media practices*, 18th-21st September, 9th Bi-Annual Conference, Bristol, United Kingdom.

Ardèvol, Elisenda; Gómez-Cruz, Edgar, (2014). “*Digital ethnography and media practices*”. In Darling-Wolf, Fabienne, (2014). “*The International Encyclopedia of Media Studies: v. 7: Research Methods in Media Studies*”, Wiley-Blackwell, Oxford.

Ash, James, (2009). “*Emerging spatialities of the screen: video games and the reconfiguration of spatial awareness*”. *Environment and Planning A*, volume 41: 2105-2124.

Ash, James, (2010). “*Architectures of affect: anticipating and manipulating the event in process of videogame design and testing*”. *Environment and Planning D: Society and Space*, volume 28: 653 – 671.

Ash, James, (2010(2)). “*Teleplastic technologies: charting practices or orientation and navigation in videogaming*”, *Royal Geographical Society*, NS 35: 414 – 430.

Ash, James, (2012). “*Technology, technicity, and emerging practices of temporal sensitivity in videogames*”, *Environment and Planning A*, Volume 44: 187 – 203.

Ash, James, (2012 (2)). “*Attention, Videogames and the Retentional Economies of Affective Amplification*”, *Theory, Culture & Society*, Volume 29 (6): 3- 26.

Ash, James, (2013). “*Rethinking affective atmospheres: Technology, perturbation and space times of the non-human*”, *Geoforum*, 49: 20 - 28.

Ash, James, (2013 (2)). “*Technologies of Captivation: Videogames and the Attunement of Affect*”, *Body & Society*, Volume 19 (1): 27 -51.

Ash, James, (2014). “*Technology and affect: Towards a theory of inorganically organized objects*”. *Emotion, Space and Society XXX*: 1-7.

Ash, James; Gallacher, Lesley Anne, (2011). “*Cultural Geography and Videogames*”, *Geography Compass*, 5 (6): 351 – 368.

- Augé, Marc, (2009 [1992]). *“Non-places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity”*, Verso Books, London.
- Barthes, Roland, (1993 [1980]). *“Camera Lucida: Reflections on Photography”*, Vintage Classics, Random House, New York.
- Baudrillard, Jean, (1978 [1968]). *“Le Système des objets”*, Editions Gallimard, Paris.
- Bentham, Jeremy, (2009 [1894]). *“The Theory of Legislation”*, BiblioLife, Charleston, South Carolina.
- Besnier, Niko, (1990). *“Language and Affect”*, *Annual Reviews Anthropology*, 19: 419 – 451.
- Boellstorff, Tom (2012). *“Rethinking Digital Anthropology”*. In Horst, Heather A.; Miller, Daniel, (2012). *“Digital Anthropology”*, Bloomsbury Academic, Bloomsbury Publishing: 39 - 60
- Bourdieu, Pierre, 1985 [1979]. *“La distinction: Critique sociale du jugement”*, Editions de Minuit, Paris.
- Bourdieu, Pierre, 2014 [2012]. *“Sobre o Estado: Curso no Collège de France (1989-1992)”*, Edições 70, Lisboa.
- Bourdieu, Pierre, (2015 [1977]). *“Outline of a Theory of Practice”*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Carranca, Carlos, (2016). *“o fogo o tempo e as cinzas”*, Talencilicious, Figueira da Foz.
- Certeau, Michel De, (2011 [1980]). *“The Practice of Everyday Life”*, University of California Press, California.
- Chevalier, Sophie, (2001 [1997]). *“From woollen carpet to grass carpet : bridging house and garden in an English suburb”*. In Miller, Daniel (ed.), (2001 [1997]), *“Material Cultures: Why Some Things Matter”*, Taylor & Francis, London.
- Cohen, Anthony, (2001 [1985]). *“The Symbolic Construction of Community”*, Taylor & Francis, London.

Consalvo, Mia, (2003). “*Hot Dates and Fairy-Tale Romances: Studying Sexuality in Video Games*”. In Wolf, Mark, J. P.; Perron, Bernard (eds), (2003). “*The Video Game Theory Reader*”, Routledge, Taylor & Francis Books, New York.

Deleuze, Gilles, (1988). “*Spinoza: Practical Philosophy*”, City Light Books, San Francisco.

Deleuze, Gilles; Guatarri, Felix (eds), (2004 [1980]). “*A Thousand Plateaus*”, Continuum, New York.

Designer, Entrevista Anónima, realizada a 09 de Novembro de 2016.

Designer 2, Entrevista Anónima, realizada a 03 de Fevereiro de 2017.

Douglas, Mary, (2002 [1966]). “*Purity and Danger: An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*”, Routledge, London.

Dunne, Anthony; Raby, Fiona (eds), (2013). “*Speculative Everything: Design, Fiction and Social Dreaming*”, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

Elensar, Lana, Entrevista, realizada a 20 de Fevereiro de 2017.

Eskelinen, Markku; Tronstad, Ragnhild, (2003), “*Video Games and Configurative Performances*”. In Wolf, Mark, J. P.; Perron, Bernard (eds), (2003). “*The Video Game Theory Reader*”, Routledge, Taylor & Francis Books, New York.

Eyhon, Sile, Entrevista, realizada a 20 de Fevereiro de 2017.

Faubion, James; Marcus, George. (2009). “*Fieldwork is not what it used to be: learning anthropology’s method in a time of transition*”, Ithaca and London: Cornell University Press.

Fae, Sera, Entrevista, realizada a 18 de Fevereiro de 2017.

Ferreira, Gustavo, Entrevista, realizada a 20 de Setembro de 2016

Fisher, Melissa S.; Downey, Greg, (2007). “*Frontiers of capital: ethnographic reflections on the new economy*”, The Cambridge Journal of Anthropology Vol. 26, No. 3 (2006/2007): 80-82

Filiciak, Miroslaw, (2003). “*Hyperidentites: Postmodern Identity Patterns in Massively Multiplayer Online Role-Playing Games*”. In Wolf, Mark, J. P.; Perron, Bernard (eds), (2003). “*The Video Game Theory Reader*”, Routledge, Taylor & Francis Books, New York.

Foucault, Michel, (2013 [1975]). “*Vigiar e Punir: Nascimento da Prisão*”, Edições 70, Lisboa.

Franzen, Jonathan, 2007 [2002]. “*How to Be Alone*”, Harper Perennial, New York.

Frasca, Gonzalo (2003), “*Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology*”. In Wolf, Mark, J. P.; Perron, Bernard (eds), (2003). “*The Video Game Theory Reader*”, Routledge, Taylor & Francis Books, New York.

Geertz, Clifford, (2010 [1973]). “*The Interpretation of Cultures*”, Fontana Press, New York.

Gear, Apple, Entrevista, realizada a 18 de Fevereiro de 2017.

Gear, Apple, Entrevista, realizada a 26 de Abril de 2017.

Gear, Apple, Entrevista, realizada a 3 de Maio de 2017.

Ginsburg, Faye, (2012). “*Disability in the Digital Age*”. In Horst, Heather A.; Miller, Daniel, (2012). “*Digital Anthropology*”, Bloomsbury Academic, Bloomsbury Publishing: 101 – 126.

Goffman, Erving, (2003 [1951]). “*Symbols of Class Status*”. *The British Journal of Sociology*, Volume 2, Number 4.

Gómez, Edgar; Ardèvol, Elisenda, (2007). “*Playful Embodiment: Body and Identity Performance on the Internet*”, Mediaccions Research Group, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.

Grodal, Torben, (2003), “*Stories for Eye, Ear and Muscles: Video Games, Media, and Embodied Experiences*”. In Wolf, Mark, J. P.; Perron, Bernard (eds), (2003). “*The Video Game Theory Reader*”, Routledge, Taylor & Francis Books, New York.

Hill, Kashmir, (2011). “*danah boyd, Digital Anthropologist*”. *Forbes* [Online, consultado a 28 de Julho de 2017], disponível em <https://www.forbes.com/sites/kashmirhill/2011/02/28/danah-boyd-digital-anthropologist/#2c74721f3b16>.

Hocking, Clint, (2017). “*Ludonarrative Dissonance in Bioshock*”. [Online, consultado a 22 de Julho de 2017], disponível em http://clicknothing.typepad.com/click_nothing/2007/10/ludonarrative-d.html.

Holmes, Douglas; Marcus, George, (2008). “*Cultures of expertise and the management of globalization: toward the re-functioning of ethnography*”. In Aihwa Ong; Stephen J. Collier (eds.), (2008). “*Global Assemblages: Technology, Politics and Ethics as Anthropological Problems*”, Blackwell: 235-251.

Holmes, Douglas; Marcus, George, (2008(2)). “*Collaboration today and the reimagination of the classic scene of fieldwork encounter*”, Collaborative Anthropologies, 1(1): 81-101.

Horst, Heather A.; Miller, Daniel (eds), (2012). “*Digital Anthropology*”, Bloomsbury Academic, Bloomsbury Publishing.

Huizinga, Johan, (1980 [1944]). “*Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture*”, Routledge, London.

Jacobs, Jane, (2000 [1961]). “*The Death and Life of Great American Cities*”, Pimlico, London.

Jogador 1, Entrevista Anónima, realizada a 01 de Dezembro de 2016.

Jogador 2, Entrevista Anónima, realizada a 01 de Dezembro de 2016.

Juul, Jesper, (2002). “*The Open and the Closed: Game of emergence and games of progression*” In Mäyrä, Frans (ed), *Computer Games and Digital Cultures Conference Proceedings*, Tampere University Press: 323-329

Juul, Jesper, (2016). “*Sailing the Endless River of Games: The case for Historical Design Patterns*”, *1st International Joint Conference of DiGRA and FDG*, Dundee.

King, Geoff; Krzywinska, Tanya, (2006). “*Tomb Raiders and Space Invaders: Videogame Forms and Contexts*”, I.B.Tauris, New York.

Krzywinska, Tanya, (2006). “*Blood Scythes, Festivals, Quests and Backstories: World Creation and Rhetorics of Myth in World of Warcraft*”. In *Games and Culture*, Volume 1, Number 4, Sage Publications.

Latour, Bruno, (1992). “*Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts*”. In Wiebe, E. Bijker; Law, John, (1992) (eds), “*Shaping*

Technology/Buildin Society: Studies in Sociotechnical Change”, Cambridge, Massachussetts.

Law, John, (2016 [2007]). “*Actor Network Theory and Material Semiotics*”. In Turner, Bryan S. (eds), (2016). “*The New Blackwell Companion to Social Theory*”, Wiley-Blackwell, Oxford.

Leal, J., (2000). “*Um lugar ameno no campo: a Casa Portuguesa*”. In *Etnografias Portuguesas (1879-1970)*: 107-129, Publicações Dom Quixote, Lisboa.

Lazuli, Lapis, Entrevista, realizada a 18 de Fevereiro de 2017.

Leal, João, (2009). “*O Património Imaterial e a Antropologia Portuguesa: Uma Perspectiva Histórica*”. In Costa, Paulo Ferreira da (ed), *Museus e Património Imaterial: Agentes, Fronteiras, Identidades*: 289-295.

Leal, J., (2009 (2)). “*Entre o Vernáculo e o Híbrido: a partir do Inquérito à Arquitectura Popular em Portugal*”. In *Intersecções: Antropologia e Arquitectura*, Joelho 02: 68-83.

Leal, João, (2010). “*Usos da cultura popular*”. In José Neves (ed), *Como se faz um Povo*, Edições Tinta-da-China, Lisboa.

Lipovetsky, Gilles, (2007 [2006]). “*A Felicidade Paradoxal: Ensaio sobre a Sociedade do Hiperconsumo*”, Edições 70, Lisboa.

Lipovetsky, Gilles; Roux, Elyette (eds), (2012 [2003]). “*O Luxo Eterno: Da Idade do Sagrado ao Tempo das Marcas*”, Edições 70, Lisboa.

Lipovetsky, Gilles; Charles, Sébstien, (eds), (2011 [2004]). “*Os Tempos Hipermodernos*”, Edições 70, Lisboa.

Lipovetsky, Gilles; Serroy, Jean (eds), (2014 [2008]). “*A Cultura-Mundo: Resposta a uma Sociedade Desorientada*”, Edições 70, Lisboa.

Lipovetsky, Gilles; Serroy, Jean (eds), (2014 [2013]). “*O Capitalismo Estético na Era da Globalização*”, Edições 70, Lisboa.

Longan, Michael W, (2008). “*Playing with landscape: social process and spatial form in video games*”, *Aether* Volume 2.

Lyons, John, (1977). “*Semantics*”, Volume 1, Cambridge University Press, Cambridge.

Madianou, Mirca; Miller, Daniel, (2012). “*Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication*”, *International Journal of Cultural Studies*, 16(2): 169 – 187.

Malinowski, Bronislaw, (2014 [1922]). “*Argonauts of the Western Pacific*”, Routledge, London.

Malinowski, Bronislaw, (1946 [1923]). “*The Problem of Meaning in Primitive Language*”. In C. K. Ogden (ed), (1946 [1923]), “*The Meaning of Meaning*”, Routledge, London.

Marcus, George, (2014). “*Prototyping and contemporary anthropological experiments with ethnographic method*”, *Journal of Cultural Economy*, 7(4).

Massumi, Brian, (2002). “*Parables for the Virtual: Movement, Affect, Sensation*”, Duke University Press, Durham.

Massumi, Brian, (2010). “*The Future Birth of the Affective Fact: The Political Ontology of Threat*”. In Seigworth, Gregory J., and Gregg, Melissa (eds), (2010). “*The Affect Theory Reader*”, Duke University Press. [Originally published in “*Indexicality and Virtuality*”, Pollock, Griselda, (2010)].

Mauss, Marcel, (2015 [1950]). “*Ensaio sobre a Dádiva*”, Edições 70, Lisboa.

McMahan, Alison, (2003). “*Immersion, Engagement, and Presence: A Method for Analyzing 3-D Video Games*”. In Wolf, Mark, J. P., and Perron, Bernard (eds), (2003). “*The Video Game Theory Reader*”, Routledge, Taylor & Francis Books, New York.

Michael, Mike, (2012). “*De-Signing the Object of Sociology: toward an “idiotic” methodology*”. *The Sociological Review*, 60(S1).

Miller, Daniel (ed), (2001 [1997]). “*Material Cultures: Why Some Things Matter*”, Taylor & Francis, London.

Miller, Daniel, (2012). “*Social Networking Sites*”. In Horst, Heather A.; Miller, Daniel, (2012). “*Digital Anthropology*”, Bloomsbury Academic, Bloomsbury Publishing: 146 – 161.

Morris, Brian, (2014). “*Anthropology, ecology, and anarchism*”, PM Press, Oakland.

Rabinow, Paul; Marcus, George, (2008). *“Designs for an anthropology of the contemporary”*, Durham & London, Duke University Press.

Rehak, Bob, (2003), *“Playing at Being: Psychoanalysis and the Avatar”*. In Wolf, Mark, J. P.; Perron, Bernard (eds), (2003). *“The Video Game Theory Reader”*, Routledge, Taylor & Francis Books, New York.

Robinett, Warren (2003). *“Foreword”*. In Wolf, Mark, J. P.; Perron, Bernard (eds), (2003). *“The Video Game Theory Reader”*, Routledge, Taylor & Francis Books, New York.

Roig, Antoni; San Cornelio, Gemma; Ardèvol, Elisenda; Alsina, Pau; Pagès, Ruth, (2009). *“Videogame as Media Practice: An Exploration of the Intersections Between Play and Audiovisual Culture”*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Volume 15(1): 89-103.

Sabrosa, Pedro, Entrevista e conversa, realizada a 17 de Maio de 2017.

Seigworth, Gregory J., and Gregg, Melissa (eds), (2010). *“The Affect Theory Reader”*, Duke University Press.

ShoddyCast, (2014). *“Dragon Age Inquisition Lore: Prologue”*, Vídeo de Youtube [consultado a 28 de Junho de 2017], disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=fwsL5uSMbwM&list=PL7pGJQV-jlzAYFb3DMtimVGD3kT1HEVIH>.

Smith, Harvey, (2001). *“The Future of Game Design: Moving Beyond Deus Ex and Other Dated Paradigms”*, [Online, consultado a 05 de Julho de 2017], disponível em <http://www.witchboy.net/articles/the-future-of-game-design-moving-beyond-deus-ex-and-other-dated-paradigms/>.

Wolf, Mark, J. P.; Perron, Bernard (eds), (2003). *“The Video Game Theory Reader”*, Routledge, Taylor & Francis Books, New York.