MMORPG como Ambiente de Mediação de Práticas Interacionais[1]

Bruno Monte de ASSIS[2]

Jane A. MARQUES[3]

Universidade Federal do Pará, Belém, PA; Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Este artigo busca evidenciar o *Massively Multiplayer Online Role-Playing Game* (*MMORPG)* como um espaço mediador de interação social no sentido deste propiciar experiências de construção de sentido entre os jogadores, a partir de práticas comunicativas presentes no ambiente do jogo, além de sua lógica própria compreender a interação entre usuários na rede virtual. Para tanto, propomos uma discussão teórica desse objeto, partindo das contribuições de diferentes autores, alguns sinalizando o caráter comunicacional do objeto e outros através de conceitos que contribuem para o entendimento proposto neste trabalho. O objetivo é o de analisar o *MMORPG* como ambiente de mediação que possibilita entender, ainda que inicialmente, o quão ampla é a complexidade das práticas de interação atuais em uma sociedade midiatizada.

PALAVRAS-CHAVE: *MMORPG*; mediação; jogos eletrônicos; interação; comunicação em rede.

INTRODUÇÃO

MMORPGs [4] são jogos eletrônicos *online* baseados em mundos virtuais persistentes[5] construídos a partir de narrativas específicas. A principal característica desses jogos é a possibilidade de milhares de usuários jogarem simultaneamente, pois

[1] Trabalho apresentado no GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Mestrando do Programa de Pós-graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, *e-mail*: bruno.monte@mdi.pro.br.
[3] Orientadora e Professora convidada da Universidade Federal do Pará (UFPA), compondo o quadro permanente do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM-UFPA); Professora do Programa de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte da Universidade de São Paulo e Professora do curso de Graduação em Marketing da Universidade de São Paulo. Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, *e-mail*: janemarq@usp.br.
[4] Sigla para *Massively Multiplayer Online Role-playing Game* ou Jogo de Interpretação de Personagens Online Multiusuário Massivo.
[5] Os mundos virtuais dos *MMORPGs* ficam *online* 24 horas por dia, sete dias por semana, ou seja, mesmo que os jogadores não estejam conectados ele permanece ativo e disponível, a não ser por possíveis problemas que possam ocorrer (WEILLER, 2012).

cada jogador adentra no mundo virtual através de seu *avatar* customizado, imerge na aventura interpretando seu personagem e, juntamente com outros jogadores, ajuda a construir e transformar este mundo virtual que está em constante atualização.

Neste jogo, o usuário acessa o mundo virtual e tem a possibilidade de interagir simultaneamente com outros jogadores para cumprir diferentes objetivos, sejam relacionados ao jogo, ou os próprios jogadores definirem, ou seja, há certa liberdade de ações dentro do mundo virtual do MMORPG. Refletindo sobre essa liberdade dentro do jogo é perceptível que grande parte dos jogadores não acessa o jogo unicamente para cumprir missões, receber gratificações ou evoluir seu personagem (WEILLER, 2012), mas acessa com fins de sociabilidade que varia entre conhecer pessoas, jogar com seus amigos e familiares, discutir assuntos variados e até estabelecer relações afetivas (STEINKUEHLER; WILLIAMS, 2006). Assim, este jogo possibilita cumprir necessidades humanas que são intrínsecas ao seu formato: a interação, a relação com o outro, a comunicação. Isto nos permite refletir sobre uma questão importante: nós jogadores simplesmente nos comunicamos para jogar, no sentido de estabelecer uma interação com a máquina permitindo como usuário acessar o jogo, ou jogamos para nos comunicar? São essas questões que se pretende responder ao decorrer deste trabalho.

Pode-se caracterizar o *MMORPG* como uma das vertentes *online* dos jogos de *RPG*[6], a exemplo dos *MUDs*[7] e os atuais *Browsers RPG Games*[8]. O jogo de *RPG* tradicional consiste no *RPG de mesa*, no qual um grupo de jogadores se reúne e utiliza diferentes materiais para jogar uma espécie de "faz-de-conta" com regras (CASSARO, 2002). Nesse formato, cada jogador interpreta um personagem, semelhante a uma peça de teatro, com a diferença que um dos jogadores faz o papel de narrador da história, que dá seguimento para a aventura e colaborativamente constrói o desenrolar da aventura com os demais jogadores. Ou seja, cada um assume um personagem (recebe um *script*, com o escopo de suas ações, no início do jogo) e a narrativa é construída coletivamente, a partir de um sistema de regras pré-determinadas, dentro das quais os jogadores têm liberdade de improvisar, definindo, assim, a direção que o jogo pode tomar.

[6] RPG é acrônimo de *Role-Playing Game*. Em português, trata-se do Jogo de Interpretação de Personagens.
[7] *Multi-User Dungeon* é uma espécie de interface ou programa que possibilitava a interação através de textos no qual jogadores descrevem seus personagens e ações e o mestre descreve os cenários, resultados das ações e missões aos jogadores (WEILLER, 2012).
[8] Jogos de RPG de diferentes formatos jogados através de *software* que permite navegação na Internet, como *Internet Explorer, Google Chrome, Opera, Safari*, entre outros.

Esse jogo possui elementos que o caracteriza, como a interpretação de personagens, construção de narrativas, elementos lúdicos, sistema de regras e acessórios, embora nem todos esses componentes sejam sempre utilizados. Devemos considerar, ainda, a criação, customização e evolução do personagem, que envolvem de tal forma os jogadores que, por vezes, criam laços afetivos com estes (CASSARO 2002), entre outros atributos. Entretanto, entendemos que a principal característica do *RPG* é a interação entre os jogadores, pois é uma atividade que prima pela construção de sentido a partir da ligação com o outro. Sem a presença do outro, a experiência não é a mesma e isto é inerente à lógica do jogo, porque comumente o narrador cria situações que exigem uma ação conjunta entre os jogadores para que se solucione um problema ou um enigma, além de priorizar a questão dos atributos de cada personagem, pois cada um tem características únicas que se completam para cumprir desafios, ou seja, dificilmente se consegue progredir sem trabalho em equipe. A prática de jogar *RPG* solitariamente, como em *aventuras-solo*[9], não se compara ao ambiente criado quando se está em grupo, e este ambiente, em minha perspectiva, se perde quando estamos diante de jogos de *RPG* eletrônicos *offline*, no qual se está preso a uma prática solitária.

Levando em consideração a evolução tecnológica, a criação da interconexão de computadores em que emerge o ciberespaço e novas formas de se comunicar a partir de processos como a virtualização, como o surgimento de mundos virtuais (LÉVY, 1999), a emergência de comunidades virtuais (PRIMO, 1997), a convergência das mídias e as experiências transmidiáticas (JENKINS, 2009), entre outros aspectos, é que surge o *MMORPG* que, dotado de características específicas, resgata práticas que consideramos primordiais nos jogos de *RPG* tradicionais: a interação social, a reciprocidade, a relevância da presença do outro no contexto do jogo. Não cabe afirmar que alguns outros formatos de jogos de *RPG* e outros gêneros de jogos que não foram citados neste trabalho não possuem tais características, entretanto, isto se evidencia nos *MMORPGs*.

Neste sentido, observamos grandes potencialidades do *MMORPG* para estudos na comunicação, como abordamos neste trabalho. O objeto que estamos analisando trata-se de um jogo eletrônico, de um produto midiático complexo (FRAGOSO, 2013), que possibilita diferentes finalidades e perspectivas de estudos, muito embora estes

[9] São jogos de RPG em que o jogador segue regras e um roteiro pré-estabelecido, guiando-se apenas pelas orientações do que fazer de acordo com suas escolhas. Este tipo de jogo segue um livro ou *site* e não existe a interação entre vários jogadores, daí o nome de *aventura-solo*.

circulem predominantemente entre narratologia e ludologia (FALCÃO, 2011), como ocorre no Brasil, voltados para aspectos técnicos estruturais, deixando de lado estudos como os de recepção (FALCÃO, 2013), por exemplo. Portanto, nossa proposição é a de olhar o jogo por uma perspectiva diferente, pois como sugere Falcão (2011, p. 2): "Concentrar-se sobre as propostas epistemológicas da narratologia e da ludologia oferece uma visão dedicada especificamente aos objetos, o que, por si só, é suficiente para minimizar a importância dos sujeitos".

Entendemos ser válido desviar o foco de propostas teóricas como da narratologia e ludologia para entender mais profundamente o objeto por considerar que há processos complexos de interação presentes no *MMORPG*, assim como algumas destas práticas escapam da questão do agenciamento[10], como sugere Fragoso (2013). Sabemos, entretanto, que a existência de práticas tão complexas no *MMORPG* são, de alguma forma, atravessadas por questões que envolvem estes aportes teóricos, pois o próprio ambiente que permite esta interação é construído a partir de narrativa, elementos lúdicos, agenciamento, etc.

Portanto, o objetivo deste trabalho é pensar o *MMORPG* como um espaço de mediação que possibilita a interação dos usuários em seu mundo virtual, de modo que estes constroem e transformam este ambiente mediador, ou seja, os usuários também são agentes mediadores[11], que através de suas práticas interacionais fazem emergir um novo tipo de cultura permeada por estas interações. Nesse sentido, conceitos importantes trabalhados por Braga (2006, 2010, 2012) são de suma importância para o início do que seria um entendimento de novas práticas de interação social dentro do contexto da midiatização, pensando que essas mediações, presentes inclusive nas práticas mais restritas no ambiente do *MMORPG*, geram "desdobramentos para a comunicação" (ALVARENGA; LOMBARDI, 2012, p. 278).

[10] Como é conhecida uma dos elementos presentes na organização da grande maioria dos jogos eletrônicos, no qual possibilita que o jogador agente exerça uma ação e experimente o resultado desta com uma nova possibilidade de ocorrência (MACHADO, 2002). De alguma forma o jogador, nesse sentido, está preso a resultados pré-estabelecidos pela programação do jogo ou a uma gratificação constante (WEILLER, 2012).

[11] Segundo Hollanda e Lemos (2013, p. 9), a teoria ator-rede considera "intermediário é quem realiza uma tarefa em perfeita obediência ao programa, transmitindo a informação sem alterar seu conteúdo, sem contribuir ou enriquecer a comunicação. Já o mediador é o actante, rede, evento que modifica e é modificado. O resultado da interação só se completa com o concurso da sua ação".

ACERCA DE MEDIAÇÕES E PROCESSOS INTERACIONAIS

Podemos afirmar que no contexto atual da nossa sociedade, as práticas interacionais estão quase que totalmente permeadas pela midiatização[12], isto nos leva a crer que estes processos de interação são modificados por essa lógica, se transformam adquirindo diferentes características e envolvendo maior atividade dos participantes, seja em quantidade ou em participação (ALVARENGA; LOMBARDI, 2012), ou seja, as mediações enquanto práticas sociais são permeadas pelo processo de midiatização, "são afetadas por uma nova arquitetura comunicacional" (FAUSTO NETO, 2012, p. 298).

No esforço de entender essas práticas de interação complexas existentes no contexto da midiatização, Braga (2012) nos leva a olhar para estas interações não como um processo restrito às tecnologias, mas como o grande mediador de diferentes práticas sociais. Partindo das discussões de Braga, entendemos a mediação como "um processo em que um elemento é intercalado entre sujeitos e/ou ações diversas, organizando as relações entre estes" (BRAGA, 2012, p. 32), em outras palavras, podemos assegurar que tanto os ambientes são mediadores de algum tipo de experiência de interação como também as pessoas, além de sua linguagem, história de vida, experiência, educação, entre outros aspectos. Mas, além disso, a própria percepção que temos da realidade que vivemos é permeada por elementos sociais, psicológicos e culturais, aí também está a mediação (BRAGA, 2012).

Braga faz considerações sobre processos que envolvem a midiatização e que serão pertinentes para o nosso entendimento sobre o objeto em questão e práticas pertinentes a ele, como a própria questão da comunicação:

> [...] toda troca, articulação, passagem entre grupos, entre indivíduos, entre setores sociais [...] Comunicação é o processo voltado para reduzir o isolamento – quaisquer que sejam os objetivos e os modos de fazer. A comunicação é sempre performativa, qualquer que seja o resultado – admitindo, exatamente porque *tentativos* [...] (BRAGA, 2006, p. 69-70):

[12] Podemos entender como processo que tece as relações comunicacionais no contexto atual da sociedade, mas não apenas no ponto de vista do uso generalizado dos aparatos tecnológicos de comunicação, mas das práticas e relações que se modificam e se tornam cada vez mais complexas à medida que este processo se intensifica (BRAGA, 2012; FAUSTO NETO, 2012).

Outra contribuição importante de Braga é a respeito das invenções sociais (BRAGA, 2012, p. 36), em que o autor sugere: "[...] que os processos comunicacionais não decorrem simplesmente da invenção tecnológica. É preciso um componente diretamente social no processo. [...] É porque a sociedade decide acionar tecnologias em um sentido interacional que estas desenvolvem [...]". Em outras palavras, são desenvolvidas as tecnologias para um determinado fim, mas a partir das invenções sociais estas são utilizadas para ações interacionais variadas.

Esta reflexão nos remete ao sistema de circulação interacional (BRAGA, 2006), que leva a considerar a ruptura da visão passiva do receptor e a questão da interação para entendermos a "conformação e negociação de identidades, a produção da informação e a manifestação de práticas culturais, o que evidencia a emergência e desenvolvimento de uma cultura e participação das audiências no processo comunicacional" (MATTOS *et al.*, 2013). Este sistema de circulação proposto por Braga (2006, p. 28) refere-se a uma "movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia". Novamente nos leva à discussão de haver um espaço de ocorrência interacional em que se discute e dá seguimento aos estímulos da mídia e que esta não só recebe as respostas destes estímulos como também produz a partir disto (BRAGA, 2012).

Algumas destas colocações de Braga fizeram nos refletir sobre a existência de novos regimes interacionais que estão cada vez mais presentes na sociedade devido a estas tecnologias que, como no caso do *MMORPG*, cria ambientes propícios para reforçar o caráter participativo do usuário no sistema midiático, inclusive, levando teóricos a seguir rumo a uma possível epistemologia das interações, partindo dos estudos de recepção rumo aos de midiatização ou interação midiatizada (MATTOS *et al.*, 2013). De fato, o que gerou direcionamento para este estudo foi a capacidade do *MMORPG* possibilitar dinâmicas interativas exclusivas, regimes de interação intensos (MATTOS *et al.*, 2013) e diferentes possibilidades de práticas interacionais que extrapolam o mundo virtual do jogo, inclusive por atravessar a fronteira temporal e espacial, possibilitando que usuários de diferentes culturas se encontrem e se relacionem, de modo a construir uma nova forma de interação, dotada de características e linguagem próprias, além de um forte vínculo afetivo, como trataremos mais adiante.

O caminho que estamos construindo a análise do objeto é passível de divergência para com a construção teórica relativa ao *bios midiático* proposto por Muniz Sodré (2002), pois apesar de concordar parcialmente com uma relação da sociedade em parte pautada pela "tendência a virtualização", como no caso do próprio objeto em questão, acreditamos ser demasiadamente determinista a visão da imagem-mercadoria (SODRÉ, 2002) e, portanto, deixando de lado a complexidade das mediações existentes nos processos comunicacionais da sociedade atual, a exemplo do que sugeriram Alvarenga e Lombardi (2012, p. 273): "A midiatização deve ser caracterizada não apenas como forma de organizar, produzir e transmitir mensagens e significados, mas também, como modo através do qual a sociedade se constrói".

Um adendo em relação à análise do objeto em questão é a possibilidade de atravessamento de diferentes contribuições metodológicas das mais diversas áreas do conhecimento, pois como a interação envolve uma grande gama de estudos, a exemplo os culturais, os fenomenológicos, os psicológicos e também os de comunicação, há a possibilidade de uma hibridização de contribuições na análise (HOLLANDA; LEMOS, 2013), causando a impressão de fuga do objeto no que tange à comunicação, mas como sugere Hollanda e Lemos (2013, p. 5), partindo das contribuições de Latour (1994) em relação à Teoria Ator-Rede: "atravessar estas fronteiras é exigência obrigatória, já que as 'consequências da constituição' moderna são inúmeras".

MMORPG COMO AMBIENTE MEDIADOR DE PRÁTICAS INTERACIONAIS

Pierre Lévy (1999) realizou algumas reflexões importantes sobre os *MMORPGs*, apontando elementos deste ambiente como potencialidades no âmbito comunicacional. Segundo Levy (1999), os mundos virtuais reproduzem fielmente a realidade, simulando situações do mundo real, porém, com suas regras e leis próprias e como espaços simbólicos que permitem diferentes formas de comunicação. O autor também considera os mundos virtuais como potenciais para o processo de inteligência coletiva[13], pois o espaço se modifica e enriquece a medida que os indivíduos o exploram e atualizam (LÉVY, 1999), tal qual ocorre com os *MMORPGs*, que por muitas vezes recebem

[13] É uma inteligência que pode estar localizada em qualquer lugar da rede e que pode ser acessada e utilizada em tempo real. Um conjunto de conhecimentos que cada um de nós na rede detém e que ao serem associados, podem se tornar uma fonte alternativa em relação ao poder midiático (LÉVY, 1999; JENKINS 2009).

expansões e atualizações conforme seus usuários descobrem e exploram todos os espaços ou concluem todas as *quests*[14]. Ocorrem casos dos próprios usuários contribuírem diretamente para a construção de novos espaços no jogo através de fóruns de discussão, votações ou reuniões dentro do próprio mundo virtual do jogo, demonstrando o processo de cultura participativa que Jenkins (2009) explica como uma participação ativa dos consumidores na criação de conteúdos.

Para Lévy (1999), os mundos virtuais são exemplos de comunicação a partir da construção de um mundo de forma cooperativa, um espaço de encontro, um meio de comunicação entre os usuários que recorre ao dispositivo *todos – todos*[15], que também se caracteriza como uma memória coletiva que pode ser acessada e atualizada em tempo real. Weiller (2012) sugere que estes jogos foram desenvolvidos nesse sentido, para possibilitar uma interação direta entre os usuários, pois "jogadores 'frequentam' o mundo do jogo da mesma forma que frequentam qualquer espaço físico, podendo lá encontrar pessoas desconhecidas ou velhos amigos e até marcar encontros ou viajar dentro do mundo digital" (WEILLER, 2012, p. 133).

Para Weiller (2012), esses relacionamentos são essenciais nesses jogos, pois a evolução de personagens, as batalhas e a exploração de ambientes são permeadas por um sistema de balanceamento em que cada personagem possui características individuais importantes para que um grupo de jogadores possa realizar as missões. Isso é tão recorrente que, em alguns casos, estes grupos não podem realizar certas missões por necessitarem de personagens específicos para a função. Essas missões, em sua maioria, incentivam o trabalho em equipe por serem difíceis de realizar individualmente (WEILLER, 2012), o que sugere a criação de pequenos grupos chamados de *parties*[16] para *quests* simples, ou criação de complexas *guildas* que são grandes alianças de jogadores que visam objetivos em comum, apoio mútuo, socialização e organização mais complexas se comparadas com as *parties.* Há, inclusive, em determinados

[14] *Quests* são missões ou tarefas dentro do jogo. Normalmente são ofertadas por *personagens não-jogadores* (*non-player character* - *NPCs*) e ao serem completadas o jogador ganha algum beneficio dependendo da dinâmica de cada jogo.
[15] Lévy (1999) define a relação dos participantes da comunicação através dos "dispositivos comunicacionais", que podem variar entre um – um (telefone, por exemplo); um – todos (TV e rádio); e todos – todos (caso do *MMORPG).*
[16] *Party* ou *parties* corresponde a um grupo(s) de jogadores formados para concluir uma missão simples ou passageira, algumas relações mais duradouras surgem desses grupos que normalmente são desfeitos após a conclusão da missão.

*MMORPG*s, como o caso de *Brasil Ragnarok Online (BRO)*[17], grandes batalhas entre clãs por territórios, recursos ou para simplesmente evidenciar a superioridade de uns sobre os outros.

FIGURA 1 – Imagem do servidor oficial brasileiro de *Ragnarok Online* – BRO

FONTE: http://img4.imageshack.us/img4/7081/screenthor506.jpg acessado em: julho de 2013

Observação: Os jogadores estão em uma *party* e a figura com as letras "MVP" significam que o jogador acabou de derrotar um inimigo chefe ou *boss* do jogo. A imagem nos mostra a interface do jogo com mapa, janelas de atributos, itens e habilidades na parte superior e na parte inferior a janela de *chat*, na qual estão presentes algumas falas dos jogadores.

Outra questão importante acerca deste jogo, também abordada por Weiller (2012), trata-se das relações sociais ali presentes, que segundo a autora são cada vez mais influentes na vida dos jogadores, pois dentro do ambiente virtual do jogo discutem não só assuntos relacionados aos jogos, mas questões pessoais e temas diversos da vida fora do jogo (WEILLER, 2012). Ainda, segundo a autora, estas discussões criam relações entre os jogadores que variam entre episódicas, sobre assuntos relacionados apenas ao jogo ou até duradouras, podendo perdurar por anos.

[17] *Ragnarok Online* é um *MMORPG* criado pela *Gravity* e é distribuído no Brasil pela *Level Up!* O jogo traz elementos de diferentes culturas, mas primordialmente da mitologia nórdica e foi baseado em um mangá coreano criado por Myoung Jin Lee. O nome *Brasil Ragnarok Online*, ou *BRO*, é utilizado justamente pelo fato de ter um servidor distribuído do jogo no país e traduzido para o português.

As relações criadas pelos jogadores neste ambiente virtual são complexas e passíveis de análises mais aprofundadas, pois nestes ambientes os jogadores possuem formas específicas de se comunicar, linguagem e termos que uma pessoa não ambientada no mundo dos *MMORPGs* sentirá dificuldades de compreender. Em *Brasil Ragnarok Online*, palavras e abreviações como *tankar*, *mobar*, *dropar*, *helar*, *AB*, *KS*, *buffs*, *GC*, *AFK etc*. são exemplos da complexidade dessa linguagem que inclusive extrapola o ambiente do jogo sendo comumente utilizadas em redes sociais, fóruns de discussão, *blogs*, e em espaços físicos que possibilitam encontros destes jogadores como eventos sobre jogos, *MMORPGs* e *lan houses.* Isso demonstra a circulação interacional que Braga (2006) sugere, pois essa linguagem e os ambientes de discussão dentro e fora do jogo dão subsídios aos jogadores para se tornarem sujeitos atuantes na construção do ambiente do *MMORPG*, bem como na prática comunicacional e cultura relacionada ao mesmo, ainda que em outros ambientes externos ao jogo, sejam físicos ou virtuais.

FIGURA 2 – Um exemplo de uma batalha entre clãs ou *guildas*

FONTE: http://horasperdidas.mmotales.com.br/wp-content/uploads/2012/05/feriado_005.jpg acessado em julho de 2013

Além da existência de linguagem própria, o *MMORPG* possibilita diferentes formas para o jogador se comunicar com outros. Em *Brasil Ragnarok Online*, há a possibilidade do diálogo pelo sistema de *chat*, que varia entre público ou privado para *party*, *guilda* ou diretamente para um jogador; sistema de correspondência semelhante ao *e-mail*; e há também as expressões gráficas muito utilizadas pelos jogadores, conhecidas por *emoticons*, que são pequenas figuras que sinalizam situações do jogo como “perigo”, “atenção” ou “atacar” ou sentimentos dos jogadores, como raiva,

alegria, tristeza etc. Atualmente é muito comum entre jogadores a utilização de *softwares* de voz externos ao jogo, como *Skype*, *Team Speak* e *RaidCall* para facilitar e tornar mais célere a comunicação, ou simplesmente se expressar melhor, o que evidencia o caráter tentativo (BRAGA, 2006) das formas de se comunicar presentes no ambiente do *MMORPG*.

FIGURA 3 – *Emoticons* de *Ragnarok Online*

FONTE: http://img94.imageshack.us/img94/2299/emotioni.png acessado em julho de 2013

Observação: Os jogadores podem utilizar os *emoticons* através de um atalho no teclado para se comunicar com outros jogadores ou transmitir uma mensagem rapidamente, muito útil em situações de perigo ou para dar ênfase em um pensamento. Deve-se levar em conta que o jogador que visualiza as figuras já deve estar familiarizado com o significado das mesmas.

Outro ponto importante deste jogo é a possibilidade de customizar os avatares e a presença do sistema de classes ou profissões, também muito comuns nos *MMORPGs*. Essa customização, no caso do *BRO*, permite que os jogadores alterem o formato e a cor dos cabelos dos personagens, sexo, bem como os equipamentos do corpo e da cabeça, além do vestuário exclusivo de cada classe ou profissão. Em alguns outros *MMORPGs*, a customização permite tantas variações de características que alguns personagens se tornam exclusivos. Essa questão da aparência dos personagens é utilizada pelos jogadores de diferentes modos: seja para caracterizar um grupo ou *guilda* específica; para simplesmente diferenciar sua aparência dos outros, utilizando equipamentos com função ornamental; para evidenciar uma função de *status* social, por exemplo, quando

algum jogador atingiu uma classe, nível ou conseguiu um item adquirido por poucos, já que algumas missões têm como prêmio na sua conclusão alguns itens diferenciados; e, finalmente, para evidenciar alguma característica da personalidade ou gosto do jogador.

Alguns jogadores também utilizam os símbolos ou nomes das *guildas* como uma forma de *status* social, principalmente se for uma *guilda* poderosa no mundo do jogo. Penso que muitos jogadores têm uma ligação forte no mundo virtual com esta questão da aparência por talvez, nesse contexto, não estarem presos a costumes e/ou regras de uma cultura que não permita uma variação tão grande de características sem ponderações e convencionalismos. Portanto, entendemos que essa customização dos personagens é uma forma de se comunicar com os outros no ambiente do jogo, pois, independente da ideia que o jogador queira transmitir, há algum significado em meio a atributos e características da imagem do personagem.

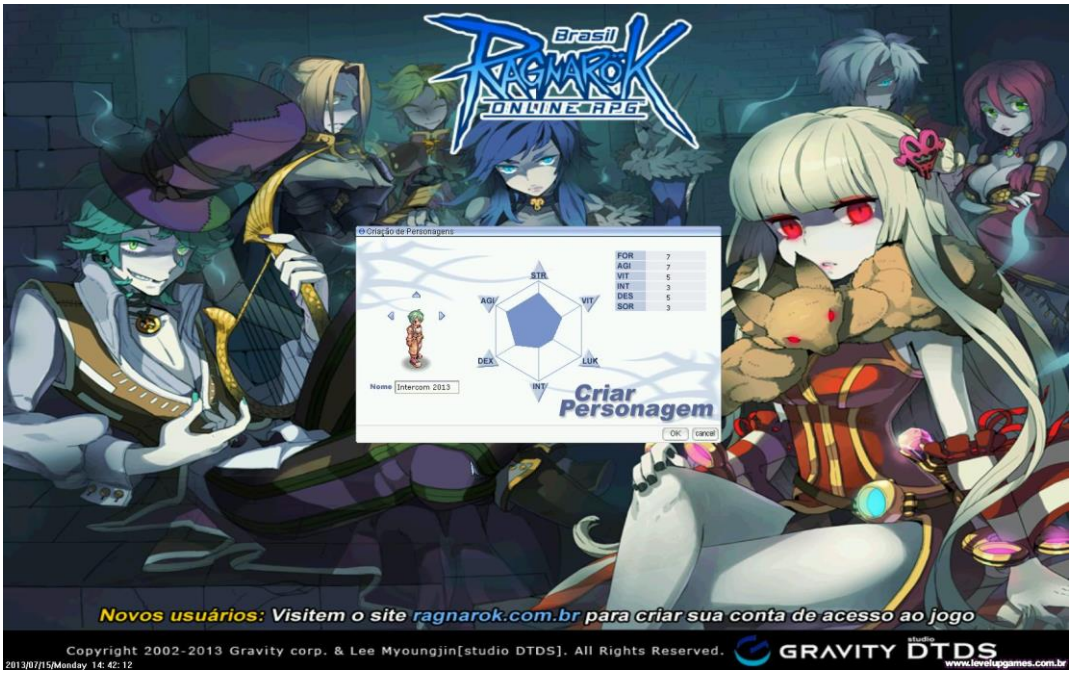

FIGURA 4 – Tela de criação de personagens em BRO

FONTE: Imagem elaborada pelo autor.

Observação: É possível alterar atributos e características do personagem, assim como criar um nome. No jogo *Ragnarok Online* a customização de personagens é limitada a poucas características, no entanto, em alguns outros *MMORPGs* é bem mais complexa.

Partindo das reflexões construídas neste trabalho, entendemos que o *MMORPG* não é só um ambiente para jogar e conquistar todas as metas ou missões do jogo, mas também um espaço que permite a interação entre usuários, um ambiente de mediação de

práticas comunicativas diferenciadas que revelam muitos elementos interessantes do atual contexto interacional que retratam nossa sociedade. Weiller (2012), Steinkuehler e Williams (2006) sugerem estes jogos *online* como um espaço acolhedor em que pessoas podem socializar e discutir sobre diferentes assuntos e mais, protegidos da realidade, podem discutir sobre seu dia, abordar questões pessoais e pontos de vista sem necessariamente ter de se identificar, justamente pelo fato de a vida no jogo ser diferente da vida fora desse ambiente, são coisas distintas. Dessa forma, relacionamos esse espaço ao que Braga (2006) considera como invenção social, uma tecnologia acionada pelos jogadores para a interação social.

Acreditamos, portanto, que muitos jogadores sentem-se motivados a jogar pela questão de interagir com outros usuários, sejam conhecidos fora do ambiente jogo ou usuários que ainda não se conhecem pessoalmente, e outros por jogar e concluir missões no jogo de forma cooperativa, no caso, pelo simples fato de jogar juntos. Há também aqueles que comumente acessam o mundo virtual do *MMORPG* e não estão preocupados com a evolução de seus personagens ou na finalização de missões, mas para querem conversar e estabelecer relações com outros jogadores. Dessa forma, há muito que se pesquisar sobre o *MMORPG*, levando em conta a riqueza de elementos presentes neste objeto, principalmente em uma perspectiva comunicacional, entretanto, por ora, a indagação realizada no início deste trabalho está, ainda que inicialmente, respondida, pois queríamos discutir a utilização dos espaços do tipo do *MMORPG* não só para jogar, mas sim, para se comunicar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVARENGA, Clarisse; LOMBARDI, Kátia. Midiatização e mediação: seus limites e potencialidades na fotografia e no cinema. *In*: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs.). **Mediação & Midiatização.** Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós. 2012.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia:** dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

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

BRAGA, José Luiz. Interação como contexto da comunicação. **Matrizes**, São Paulo, v. 6, n. I, p. 25-41, jul./dez. 2012.

BRAGA, José Luiz. Nem rara, nem ausente: tentativa. **Matrizes**, São Paulo, v. 4, n. I, p. 65-81, jul./dez. 2010.

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

FALCÃO, Thiago. Camadas relacionais de prescrição alicerces para uma metodologia de análise de jogos eletrônicos. XX Encontro da Compós, Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011. *In*: **Anais...** Porto Alegre, 14- 17 jun. 2011.

FALCÃO, Thiago. Paratextos, programas de Ação. XXII Encontro Anual da Compós, Salvador, 2013. *In*: **Anais...** Salvador: Universidade Federal da Bahia, 04-07 jun. 2013.

FAUSTO NETO, Antônio. Midiatização da enfermidade de Lula: sentidos em torno de um corpo-significante. *In*: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs.). **Mediação & Midiatização.** Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.

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

HOLLANDA, André; LEMOS, André. Do paradigma ao cosmograma. Sete contribuições da teoria ator-rede para a pesquisa em comunicação. XXII Encontro Anual da Compós, Salvador, 2013. *In*: **Anais...** Salvador: Universidade Federal da Bahia, 04-07 jun. 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Tradução Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**. São Paulo: Editora 34, 1994.

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

MARCONDES FILHO, Ciro. **Até que Ponto, de Fato, nos Comunicamos?** São Paulo: Paulus, 2004.

MACHADO, Arlindo. Regimes de imersão e modos de agenciamento. XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 2002. *In*: **Anais...** Salvador, 04-05 set. 2002.

MATTOS, Maria Ângela *et al*. Estudos de recepção: possível deslocamento para uma epistemologia das interações. XXII Encontro Anual da Compós, Salvador, 2013. *In*: **Anais...** Salvador: Universidade Federal da Bahia, 04-07 jun. 2013..

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. A emergência das comunidades virtuais. XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, SP, 1997. *In*: **Anais…** Santos, 1997. Disponível em:<http://www.pesquisando.atraves-da.net/comunidades_virtuais.pdf>.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

STEINKUEHLER, Constance; WILLIAMS, Dmitri. Where everybody knows your (screen) name: online games as "third places". **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 11,

n. 4, 2006. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu /vol11/issue4/steinkuehler.html>. Acesso em: 20 jun. 2013.

WEILLER, Thaís. **Game Design Inteligente:** elementos de *design* de videogames, como funcionam e como utilizá-los dentro e fora de jogos. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.