

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Thiago Tadeu R. Silva

Comunicação e complexidade na cultura dos videogames. O
imaginário em processo de criação de League of Legends.

Doutorado em Comunicação e Semiótica

São Paulo

2019

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Thiago Tadeu R. Silva

Comunicação e complexidade na cultura dos videogames. O imaginário em processo de criação de League of Legends.

Doutorado em Comunicação e Semiótica

Tese apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de DOUTOR em Comunicação e Semiótica, sob a orientação do(a) Prof.(a), Dr.(a) Lúcia Isaltina Clemente Leão.

Banca examinadora:

“O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior- Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 88887.148974/2017-00.”

“This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 88887.148974/2017-00”

Agradecimentos

Agradeço aos professores Ivo Ibri, Oscar Angel Cesarotto e Amálio Pinheiro pelas aulas que ajudaram a conduzir esta pesquisa.

Aos professores Cecilia Almeida Salles, Ane Shirley de Araújo, Katia Rubio, Rogério de Almeida, Paula Carolei e Rogerio da Costa por comporem a banca avaliadora desta tese.

Acima de tudo e de todos, agradeço à professora Lucia Leão pelos sete anos (2012 - 2019) de orientação e paciência que me guiaram no meu processo de formação.

Para minha Mãe.

“Eu quero ser um professor. O maior professor de todos...”
- Eikichi Onizuka (Great Teacher Onizuka) -

SILVA. Thiago R. **Comunicação e complexidade na cultura dos videogames. O imaginário em processo de criação de League of Legends.** Tese de Doutorado em Comunicação e Semiótica. Orientação: Profa. Dra. Lucia Leão. PUC-SP, 2019.

No contexto das pesquisas em processos de criação na comunicação e na cultura, a tese tem como objetivo discutir o imaginário e o fenômeno do Esporte Eletrônico nas complexidades comunicacionais e culturais do jogo digital *League of Legends* (LoL). Produzido pela desenvolvedora Riot Games, desde seu lançamento o LoL é parte de uma cultura que estabelece relações sociais e comunicacionais entre pessoas configurando sua prática como Esporte Eletrônico (*E-Sport*). As competições de LoL são disputadas por equipes profissionais em ligas organizadas com partidas transmitidas pela internet, sendo que as etapas principais são realizadas em arenas esportivas e locais destinados à competição de jogos digitais com a presença do público. Além do jogo, há o desenvolvimento do imaginário referente à narrativa que se deu processualmente de forma fragmentada ao longo dos anos em outras mídias ao mesmo tempo que há o imaginário social referente às práticas dos jogadores e entusiastas, assim constituindo uma cultura do videogame que se desenvolve como parte do fenômeno *League of Legends*. A pesquisa é guiada pela hipótese de que *League of Legends* está em processo de criação desde seu lançamento, constituindo relações de complexidade que não ficam restritas ao jogo, mas sim, encontram-se nas formas comunicacionais, sociais e culturais que se desenvolvem a partir dele. A pesquisa discute o fenômeno *League of Legends* pela perspectiva da arqueologia das mídias em diálogo com as teorias da complexidade (Morin), a antropologia do imaginário (Durand), imaginário e cultura (Maffesoli) e cartografia de imaginários (Leão). Os resultados da pesquisa comprovam que *League of Legends* é um fenômeno comunicacional complexo em constante processo de transformação desde que foi disponibilizado para os jogadores e que as relações comunicacionais, sociais e culturais são parte desse processo.

Palavras-chave: processos de criação; complexidade; videogame; imaginário; League of Legends.

SILVA. Thiago R. **Communication and complexity in the culture of video games. The imaginary in the creative process of League of Legends.** PhD Thesis in Communication and Semiotics. Orientation: Prof. Lucia Leão, PhD. PUC-SP, 2019.

In the context of research in communication and culture creative process, this thesis aims to discuss the imaginary and the phenomenon of Electronic Sport in the communication and cultural complexities of the League of Legends (LoL) digital game. Produced by the developer Riot Games, since its launch LoL is part of a culture that establishes social and communication relationships between people configuring their practice as Electronic Sport (E-Sport). LoL competitions are played by professional teams in organized leagues with matches transmitted over the internet, and the main stages are held in sports arenas and venues for the competition of digital games with the presence of the public. In addition to the game, there is the development of the imaginary related to the narrative that has been given processually in a fragmented way over the years in other media at the same time as there is the social imaginary referring to the practices of the players and enthusiasts, thus constituting a culture of the videogame that is developing as part of the League of Legends phenomenon. The research is guided by the hypothesis that League of Legends is in the process of being created since its inception, constituting relations of complexity that are not restricted to the game, but rather are found in the communication, social and cultural forms that develop from it. The research discusses the League of Legends phenomenon from the perspective of media archeology in dialogue with the theories of complexity (Morin), the anthropology of the imaginary (Durand), imaginary and culture (Maffesoli) and cartography of imaginaries (Leão). The results of the research prove that League of Legends is a complex communicational phenomenon in constant process of transformation since it was made available to the players and that the communication, social and cultural relations are part of this process.

Keywords: creation processes; complexity; video game; imaginary; League of Legends.

Sumário

Introdução.....	01
Capítulo 1: Sobre estudos em videogame.....	03
1. Sobre estudos em videogame.....	04
1.2. Uma breve história do videogame. Do osciloscópio para o estádio.....	13
1.2.1. A emergência da narrativa nos jogos de videogame.....	19
1.1.2. Jogos competitivos.....	26
1.2. Videogame e complexidade.....	28
Capítulo 2: Videogame e cultura.....	34
2. Videogame e cultura.....	35
2.1. O gamer. Ator de uma cultura do videogame.....	49
2.2. A produção artística e cultural a partir dos videogames. Remix, Mod e criação colaborativa.....	54
2.3. Competições e E-Sports.....	62
2.3.1. Do Battle by the Bay ao EVO. Evolution Championship Series.....	64
2.3.2. Jogos de tiro em primeira pessoa, Real Time Strategy e competições em Lan.....	68
2.3.3. Conclusão da primeira parte.....	69
Capítulo 3: League of Legends.....	71
3.1. Riot Games.....	72
3.2. League of Legends. Aspectos gerais do jogo.....	78
3.3. Criando uma conta em League of Legends.....	80
3.3.1. Iniciando o jogo.....	91
3.3.2. Os Campeões de League of Legends.....	104
3.3.3. League of Legends como um sistema complexo.....	127
Capítulo 4: O imaginário em League of Legends.....	131
4. 1. O processo de desenvolvimento das narrativas em League of Legends.....	132
4.2. A antropologia do imaginário.....	147
4.3. Passagens do imaginário no processo de criação dos Campeões de Runeterra.....	153
4.3.1. Relatos sobre o processo de criação de Campeões.....	155
4.4. Comportamento tóxico em League of Legends.....	168
4.5. League of Legends e E-Sports.....	176
Considerações finais.....	191
Bibliografia.....	193

Introdução

O primeiro contato que tive com *League of Legends* foi em 2013, pouco tempo depois de seu lançamento oficial no Brasil. Na época não me despertou muito interesse pois pensei que seria apenas mais um entre muitos jogos gratuitos disponíveis que para que o jogador pudesse prosseguir, teria que pagar por algum tipo de conteúdo. Mesmo não tendo muito interesse como jogador, constantemente as notícias a respeito do jogo me chamavam a atenção, ainda mais com as crescentes menções ao esporte eletrônico e os torneios publicadas em sites de jornalismo de games.

Com a grande quantidade de menções ao jogo na internet passei a observá-lo com mais proximidade até que me deparei com um fenômeno que possuía uma comunidade de jogadores que não só jogavam, mas discutiam em fóruns, criavam vídeos, ilustrações, *cosplay*. Por outro lado, a realização de competições de jogos de videogame em estádios me intrigava, pois até então, o mais próximo que acompanhei foram os torneios de jogos de luta transmitidos pela internet em sites de *streaming*.

Quando comecei a jogar *League of Legends* numa tentativa de compreender melhor esse fenômeno, me deparei em um primeiro momento com um jogo com muitos personagens, sendo que alguns tinham uma forte referência a mitos e imaginários e que estavam todos no mesmo jogo, lutando na mesma arena, porém, além do jogo, percebi que uma das características do crescimento de *League of Legends* era a forte participação da comunidade de jogadores e a forma como a produtora Riot Games se relaciona com eles. As primeiras impressões foram que em alguns aspectos, o jogador fazia parte desse processo criativo por meio de uma relação na qual seus gestos comunicacionais eram em alguma instância levados em consideração pelos desenvolvedores. Outro fator que me instigava como pesquisador em saber mais sobre *League of Legends* foi a quantidade de personagens que eram lançados para o jogo em relação a um imaginário fragmentado no qual as narrativas eram construídas com o passar do tempo.

No momento em que cogitei ter *League of Legends* como objeto de pesquisa eu estava finalizando minha dissertação de mestrado sobre o mito e o imaginário do herói em *Mass Effect*. O conhecimento sobre diferentes teorias do imaginário, comunicação e mídias digitais só aumentou o interesse nesse fenômeno e me fez elaborar alguns direcionamentos de pesquisa. A princípio, o esporte eletrônico era a característica que

mais me interessava e nos primeiros levantamentos a respeito de trabalhos acadêmicos sobre o tema foi que eu me deparei com outro problema de pesquisa: a produção a respeito de *League of Legends* era muito pequena no campo da comunicação e sobre os esporte eletrônicos, os trabalhos quase que em maioria eram voltados para as questões do consumo. Muitos dos trabalhos consultados citavam *League of Legends* em seu potencial de investimento financeiro e crescimento do *streaming* de vídeo porém, nada disso estava dentro do foco da minha pretensão em pesquisá-lo.

Esta tese tem como finalidade pesquisar a complexidade na cultura e na comunicação de *League of Legends*, pois é nesses fatores que acredito que há uma lacuna a ser preenchida nos estudos a respeito de jogos digitais. Penso que as relações sociais/culturais/comunicacionais adentraram os processos criativos de jogos digitais. O jogador é parte desse processo criativo no qual o imaginário do jogo emerge em meio a um processo complexo de relações, principalmente no que diz respeito a jogos que são em parte tidos como esporte eletrônico.

Sendo assim, busco em meu primeiro capítulo uma breve revisão sobre a pesquisa em jogos de videogame, citando autores que considero importantes para a discussão. Encaminho o trabalho passando por uma arqueologia da mídia sucinta na qual exponho alguns dos principais pontos da história do videogame para então adentrar a teoria da complexidade em Edgar Morin e os estudos clássicos sobre o tema do jogo em Johan Huizinga e Roger Caillois. No segundo capítulo desenvolvo o tema da cultura *gamer* assim levantando os principais pontos que considero para esta tese e na qual o jogador é o centro dessa cultura como um ator que transforma o imaginário do videogame. No terceiro capítulo apresento o jogo *League of Legends*, considerando alguns aspectos do seu processo inicial de desenvolvimento até seu lançamento. No quarto e último capítulo desenvolvo o imaginário mítico e social do objeto de pesquisa, expondo sobre os processos de criação das narrativas e dos personagens bem como sua prática como suas manifestações sociais e culturais.

Espero que os esforços dessa pesquisa se manifestem em questionamentos para os futuros pesquisadores de jogos de videogame e que acima de tudo, considerem a comunicação, cultura e imaginário, como parte da complexidade que envolve o processo criativo de um jogo.

Capítulo 1

Sobre estudos em videogame

1. Sobre estudos em videogame.

Acredito que um dos primeiros problemas que enfrentamos ao propor uma pesquisa sobre jogos de videogame está na diversidade de estudos e métodos encontrados. As pesquisas nesta mídia são variadas dada a natureza complexa desse meio, o que me faz pensar que a princípio o mais apropriado é conduzir uma compreensão generalista da mídia videogame no qual identificamos o que há de comum entre diferentes jogos para então isolarmos um jogo específico ou característica particular relacionada ao videogame como objeto de pesquisa.

Aki Järvinen (2009) defende a necessidade de métodos mais rigorosos para que a pesquisa em videogame possa ser encarada com credibilidade no campo acadêmico. Penso que neste aspecto, um estudo a respeito de um único jogo digital demanda saberes interdisciplinares e a necessidade de estabelecer laços entre pesquisadores de áreas diferentes em um esforço colaborativo para edificar pesquisas que contribuam para os processos do *game design* e, por *game design* não me refiro apenas aos processos de criação que se dão dentro de um estúdio, mas sim, num processo que continua mesmo após o jogo ter sido criado e colocado à disposição de jogadores, nas práticas sociais, nos meios de comunicação onde ocorrem as discussões entre os jogadores, na interatividade entre jogo e jogador, nos diferentes usos que jogadores dão para os jogos, na formação de uma cultura geral do videogame e mesmo na cultura de um tipo de jogo específico, como ocorre com frequência em jogos que envolvem relações sociais como os *Massive Multiplayer Online* ou os jogos de luta.

Percebo que os processos criativos que envolvem um jogo de videogame podem continuar na esfera social/comunicacional (além de outras esferas que estão além das minhas competências acadêmicas). Os jogos tem papel na formação de uma cultura na qual encontramos mediações próprias, na partilha de relações afetivas que formam um imaginário social parte do cotidiano dos jogadores e entusiastas e em relações e processos de criação que expandem o imaginário de jogos de videogame com a participação do jogador como membro ativo dessa cultura. Joost Van Dreunen afirma que:

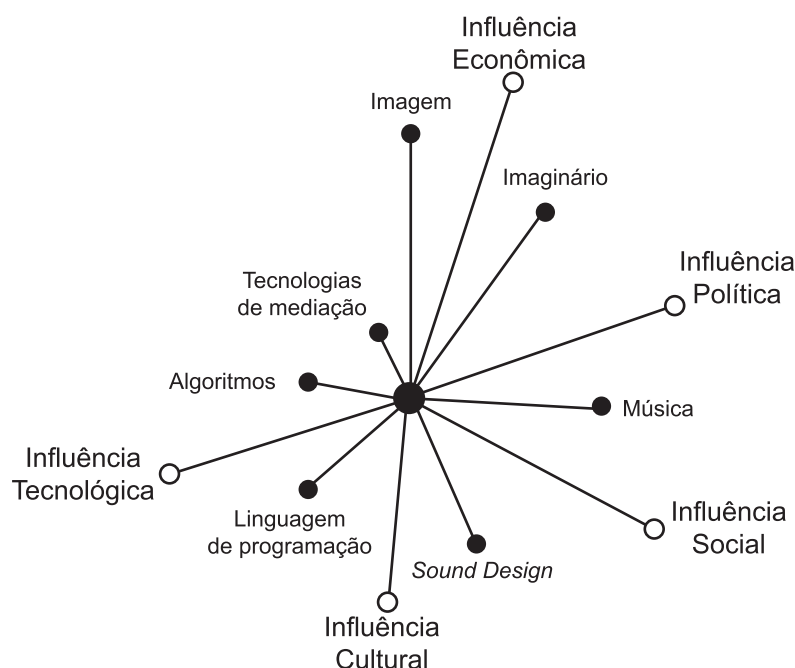
A relevância social do desenvolvimento tecnológicos da mídia está em seu potencial de (re)introduzir novos elementos à comunicação humana

e expressão humana. Com uma grande variedade de ferramentas à sua disposição, as pessoas são capazes de entender, manipular e expressar sua experiência da realidade em diferentes formas. (DREUNEN, 2008,p.3)

Em aproximadamente quatro décadas de consoles domésticos (incluindo jogos para computadores) temos que compreender que os jogos de videogame desempenham esse papel de introdução e reintrodução de elementos na cultura. Há jogos de videogame que utilizam de narrativas míticas inspiradas por mitos do mundo todo e elementos da cultura e da história de diferentes países, o que me faz pensar a necessidade de empreender pesquisas acadêmicas com a orientação de extrair resultados que não se limitam ao *game design* de jogos, nem somente ao desenvolvimento de tecnologias para jogos, mas também, na compreensão do videogame como meio de comunicação em sua complexidade.

Essa complexidade envolve imagem e imaginário, música, *sound design* (efeitos sonoros), algoritmos, tecnologias de mediação e conexão (internet, dispositivos que conectam fisicamente dois consoles, controles); estabelecem conexões entre pessoas que partilham dos mesmos interesses, desenvolvem tecnologia (dispositivos de captura de movimento, óculos de realidade aumentada), influenciam economicamente (mercado de entretenimento) e politicamente (intervenções governamentais para censura de conteúdo e criação de secretarias específicas para lidar com entretenimento digital).

Figura 1: Complexidade do videogame.



Fonte: SILVA, Thiago R., 2019.

Em épocas que são debatidas as questões referentes aos Esportes Eletrônicos (*E-Sports*) como manifestação esportiva relacionada ao meio digital, temos que tratar os jogos de videogame como algo com o potencial de ampliar os horizontes das manifestações culturais próprias do ser humano, mostrando como na formação de uma cultura do videogame também encontramos formas de mediação para atividades que *a priori* são vistas como opostas aos jogos digitais. Creio que é nesse aspecto que, retomando a citação de Dreunem (2008), “as pessoas são capazes de entender, manipular e expressar sua experiência da realidade em diferentes formas”. Encontramos diferentes mediações para manifestar as atividades sócio/antropo/político/econômico/comunicacionais que constituem a complexidade própria das mediações proporcionadas pelos jogos de videogame e podemos ver isso na emergência do videogame como meio de comunicação.

Frans Mäyrä (2008) ao frisar o interesse acadêmico nos estudos sobre jogos e videogame escreve sobre a importância que pesquisadores têm demonstrado ao delimitar o videogame como um objeto de estudo que exemplifica o uso de tecnologias da informação em ambiente doméstico como meio para compreender os rumos da vida social e das atividades criativas na sociedade contemporânea, bem como sobre a natureza da interatividade e o papel que desempenha na vida das pessoas. Mäyrä ressalta a importância de conceber a pesquisa em videogames como um campo interdisciplinar para o estudo das mediações digitais. Em suas palavras:

Há várias razões para que o estudo sobre jogos está se expandindo em popularidade. Um deles é óbvio: a popularidade dos jogos. Com a ascensão da mídia digital e das tecnologias de informação, milhões de pessoas encontraram nos jogos um dos mais fascinantes usos para esses novos dispositivos interativos. Conforme novos hardwares e softwares são produzidos, os jogos continuam a ser a mais desafiadora e popular aplicação para todas essas características avançadas de nova tecnologia. (Mäyrä, 2008, p.4)

As mídias digitais trouxeram novos paradigmas que colocam em discussão os processos interativos e as formas e finalidades a respeito da comunicação e das mediações. Asa Briggs e Peter Burke, ao estudarem a história social das mídias, constataram como os videogames ajudaram a atrair as pessoas para a nova tecnologia da década de setenta que eram os computadores domésticos (BRIGGS; BURKE, 2016, p. 316). Penso que um dos fatores que causam o interesse científico nos assuntos relacionados ao videogame e jogos digitais está no fascínio que despertam

nos jogadores e as possíveis condutas geradas a partir desse tipo de interação.

Um jogador passa horas na frente de uma tela interagindo com imagens, mediando suas ações por meio de um controle que tem sua resposta mediada por algoritmos que interpretam os comandos. É um exercício constante de leitura de imagens em meio a um processo de imersão que me parece suspender o jogador no tempo, colocando-o no tempo próprio do jogo, e além de jogar, há ainda fatores como querer partilhar de sua experiência e do seu entusiasmo com outros jogadores.

Simon Egenfeldt-Nielsen, Jonas Heide Smith e Susana Pajares Tosca (2008) apresentam uma discussão sobre a pesquisa em videogame em relação aos métodos empregados. Ressaltam como pesquisadores costumam adotar métodos de pesquisa procedentes de suas formações primárias ao iniciar uma pesquisa e como esse método deve estar relacionado ao que se objetiva responder. Nesse caso, antropólogos utilizam os métodos da Antropologia, enquanto sociólogos partem dos métodos da Sociologia, etc. Já Katie Salen e Erick Zimmerman (2004) estabelecem uma divisão tripla que conceitua o método de análise empregado em pesquisas sobre videogame na qual temos:

Jogo: análise da estrutura do jogo, do sistema de regras, das recompensas que o jogador obtém no jogo e das formas de representação dentro do jogo;

Jogador: analisa a forma como jogadores utilizam o jogo como meio social ;

Cultura: analisa os aspectos culturais do jogo e sobre o jogo na forma como ele está inserido na cultura.

Egenfeldt-Nielsen et al (2008) adicionam a essa tripartição um quarto paradigma, o paradigma ontológico, que tem como orientação analisar a fundamentação filosófica do jogo e a busca de afirmações gerais que se aplicam a todos os jogos, como por exemplo as regras e a relação entre jogador e ficção. Penso que esse diálogo entre acadêmicos a respeito da condução da pesquisa em videogames e jogos digitais abre espaço para o desenvolvimento de uma epistemologia da mídia que caminha para o estabelecimento de um campo que reconhece a necessidade do diálogo interdisciplinar entre pesquisadores. O paradigma ontológico descrito anteriormente me parece apropriado como ponto de partida, ao mesmo tempo que acredito que não se deve se distanciar da relação Jogo/Jogador/Cultura.

Além do paradigma ontológico descrito anteriormente, outro ponto que considero importante para a pesquisa em videogame está na proposta de Lucia Leão (2011) de estabelecer uma cartografia semiótica por meio de paradigmas dos processos de criação, que estabelecem que em uma pesquisa sobre processos criativos as conexões e as redes devem ser consideradas, sendo que Leão afirma que:

A ênfase desses projetos, ou melhor dizendo, seu interesse primordial, são as conexões, o estabelecimento de redes e a criação de espaço para dialogia. Nesse sentido, propiciam aproximações entre pessoas e campos diferentes. Em suma, são processos de compartilhamento de dados mediados por regras e sistematizações estabelecidos pela comunidades. (LEÃO, 2011, p. 9)

Dessa forma, considero que primeiramente devo partir de uma compreensão geral das características dos jogos de videogame para então examinar no que há de único em um jogo específico, um processo que possibilita diálogos com teorias de diferentes campos do conhecimento em um trajeto que suponho ser adequado explorar a partir de uma arqueologia da mídia. Ainda a respeito da pesquisa em videogame, Egenfeldt-Nielsen et al afirmam que:

[...] os estudos sobre jogos até agora têm sido um campo inclusivo. É unificado por um certo espírito pioneiro e o entendimento de que a natureza pouco explorada dos jogos deixa espaço para todos os interessados. Ele também é unificado na crença de que, para entender a maioria dos aspectos dos videogames, você precisa reproduzi-los. Por isso, encorajamos de todo coração que você, como alguém que queira entender os videogames, procure clássicos de videogames e simplesmente se familiarize com tantos gêneros quanto possível. Sempre faça as seguintes perguntas. Por que isso funciona? Por que isso foi feito dessa maneira? De que outra forma isso poderia ter sido feito? E por que os jogadores agem dessa maneira nesse jogo em particular? O amor pelos jogos obviamente não é uma exigência, mas certamente não faz mal ao entrar no mundo da pesquisa de jogos. (EGENFELDT-NIELSEN, SMITH, TOSCA, 2008, p. 11)

A variedade de pesquisas sobre videogame nos últimos vinte anos mostra a multiplicidade de abordagens e questionamentos que são feitos. Ian Bogost (2007) trabalhou com a expressividade e o poder de persuasão nos jogos digitais e o *game design* orientado para a política, propaganda e o aprendizado, tendo a retórica no videogame como tema central da pesquisa. Seu trabalho intitulado “*Unit Operations: an Approach to Videogame Criticism*”, (Bogost, 2006) discute o conceito de “unidades operacionais”, capazes de extrair significado de interações complexas compostas de unidades múltiplas, ou seja, o significado é produto de múltiplas interações das unidades operacionais. Para isso, Bogost busca por meio de uma pesquisa interdisciplinar na

teoria literária, na Filosofia, na Semiótica e nas teorias da computação mostrar como as unidades operacionais funcionam em rede.

Parte da pesquisa de Bogost é dedicada a tratar as *game engines* (software composto de diversas funções que auxiliam na produção de um jogo, como por exemplo teste de colisão entre objetos e renderização) utilizadas para a criação de diferentes jogos como algo que exerce uma função regulatória no processo criativo e na forma de se expressar artisticamente no jogo. As *game engines* determinam as regras do jogo. Cada regra e cada elemento constitui um sistema a partir da relação de unidades operacionais, que por sua vez, possuem papel fundamental na forma como os videogames funcionam. Além disso, Bogost se mostra favorável a um sistema crítico de ensino interdisciplinar entre ciências humanas e tecnológicas que podem ser aplicados aos estudos sobre jogos de videogame, defendendo uma aproximação desse campo de pesquisa ao das teorias da complexidade e de métodos que trabalhem simultaneamente saberes de áreas diferentes.

Nas pesquisas sobre os jogos *online*, Edward Castronova (2005) se empenhou no estudo sobre os *Massive Multiplayer Online Role Playing Games (MMORPG)* e em suas implicações econômicas, políticas e sociais ao analisar que o comportamento e as atividades dos jogadores nesses jogos constituem um sistema econômico/social. Castronova conceitua os jogos do tipo *MMORPG* como mundos sintéticos nos quais milhões de pessoas realizam operações de relações sociais, trocas, consumo, produção e exploração em uma vida virtual que configura uma realidade alternativa.

Ao analisar o jogo *Everquest* (1999), Castronova descreve o mundo virtual como um mundo que funciona economicamente com as mesmas regras de uma economia global real e constatou que há estatísticas que se aplicam aos processos de oferta de mercadorias, inflação, trabalho e bens no jogo. Castronova conclui que na falta de uma “autoridade regulatória” como um governo, por exemplo, o código de programação exerce essa função regulatória de criar ou destruir qualquer bem material dentro do jogo e de controlar as ofertas de produtos consumíveis. Nesse caso, o código de programação é quem governa a economia e estabelece políticas no mundo imaginário de *Everquest*. Para Castronova, o sistema econômico de um jogo, no qual qualquer alteração no código gera alguma conduta nos jogadores levando-os a agir de forma controversa no ambiente que estão jogando, pode ser visto como um modelo para o estudo e compreensão de questões relacionadas à economia e

políticas públicas.

A respeito das narrativas, Marie-Laure Ryan desenvolveu diversas e influentes pesquisas sobre o videogame como um dos meios para o que ela considera como mediação para o desenvolvimento de narrativas possíveis. Para Ryan (2006), a narrativa em hipermídia é caracterizada pela sua natureza reativa e interatividade, pela fluidez das imagens e pelos signos voláteis, pela multiplicidade sensorial e de canais semióticos e, por sua capacidade de funcionar em rede. Nessa publicação, Ryan afirma que no ambiente digital no qual a narrativa em hipermídia se caracteriza, elementos narrativos como espaço, personagens e eventos, adquirem novos aspectos, em comparação com narrativas em meios não digitais, e destaca o papel que a narrativa tem desde o princípio da indústria de videogame, no qual o baixo poder de processamento gráfico dos consoles exigia da imaginação do jogador interpretar os *pixels* na tela como o herói ou o vilão da história. Segundo a autora:

Os jogos digitais eram apresentados como sendo sobre salvar princesas e lutar contra monstros mais do que sendo meramente sobre juntar pontos por atingir alvos e evitar colisões contra certos objetos, mesmo que os monstros e princesas eram geralmente representados por formas geométricas que tinham pouca semelhança com as criaturas dos contos de fadas que eles supunham representar. Por meio destas técnicas de publicidade, os desenvolvedores pediam para que a imaginação dos jogadores suprisse a narratividade da qual o jogo ainda não podia entregar. O investimento da indústria de jogos digitais em interesses narrativos foi impulsionado pelos desenvolvimentos tecnológicos que aproximaram a lacuna entre o jogo e sua embalagem, tais desenvolvimentos como maior memória, gráficos melhores, maior velocidade, inteligência artificial aprimorada – todos esses fatores contribuíram para definições mais realistas e personagens mais críveis, o pré – requisito para uma experiência narrativa rica. (RYAN, 2006, p. 182)

Ryan conclui que há conexão entre a evolução da narrativa e o poder de representação das tecnologias utilizadas nos jogos de videogame. Seguramente, uma pesquisa importante para os interesses das possibilidades narrativas que podemos ter em hipermídia e para o processo criativo de histórias nos jogos que deve ser considerada para os que buscam trabalhar com a narrativa no videogame.

Durante a minha pesquisa de mestrado (SILVA, 2014), realizei um estudo sobre o mito e o imaginário do herói na trilogia *Mass Effect* utilizando a teoria da antropologia do imaginário de Gilbert Durand. Neste estudo pude examinar como as decisões do jogador em um sistema narrativo multilinear que constrói processualmente a imagem do herói ao longo dos três jogos, sendo que *Mass Effect* possui um sistema de herança de ações e acontecimentos que influenciam desde o primeiro jogo até o final

no terceiro. Após analisar o modo como os eventos da história ocorrem, constatei uma arquitetura narrativa organizada de modo que o jogador tenha a possibilidade de diferentes experiências narrativas com base nas possibilidades do universo de *Mass Effect*. Nesse caso, o sentido da história é processualmente construído ao longo de três jogos de acordo com as decisões do jogador.

Os trabalhos e pesquisadores citados exemplificam a diversidade de pesquisas que encontramos ao buscar trabalhos acadêmicos sobre videogame apenas no campo das ciências humanas, porém, as pesquisas em videogame não ficam limitadas apenas a aspectos relacionados ao seu *game design* ou temas comum às ciências humanas e tecnológicas. Na neurociência, trabalhos como o de Marc Palaus, Elena M. Marron, Raquel Viejo-Sobera e Diego Redolar-Ripoll (2017), mostram por meio de exames, como o de neuroimagem, o modo como a interação com o videogame altera as funções no nosso cérebro em termos de desempenho cognitivo e de mudança comportamental. Também aponta para uma otimização nas capacidades cognitivas do desempenho visuomotor dos jogadores.

As pesquisas apresentadas representam apenas um pequeno fragmento da grande diversidade de trabalhos existentes, principalmente nas últimas duas décadas, a respeito dos videogames. Penso que é de fundamental importância que o videogame e os jogos sejam estudados pelos mais diversos olhares para que possamos extrair contribuições científicas a respeito de seu papel na cultura humana e como podemos otimizar seu uso e os processos criativos dos jogos. Videogames são um meio de comunicação e expressão social e artística e, para o desenvolvimento desta tese, que tem como objeto central de pesquisa o jogo *League of Legends*, primeiramente vou realizar uma arqueologia da mídia.

Considero que por meio de um processo de arqueologia da mídia orientada para o videogame, encontramos um caminho para a pesquisa nos jogos digitais no campo da comunicação. O método utilizado será a exposição de alguns pontos importantes na história dos videogames, desde a concepção de um protótipo do que viria a ser um console, até o momento que passa a ser mediação dos esportes eletrônicos. Vejo no método arqueológico um grande poder heurístico para os estudos de processos e que traz a possibilidade de mapear alguns nós que constituem a complexidade de uma rede de relações que encontramos ao delimitar um objeto de estudo no campo da comunicação. Sobre a arqueologia da mídia como método investigativo, Jussi Parikka

escreve:

Arqueologia aqui significa cavar em segundo plano as razões pelas quais um determinado objeto, enunciado, discurso ou, por exemplo, em nosso caso, aparato de mídia ou hábito de uso é capaz de nascer e ser selecionado e se sustentar em uma situação cultural. (PARIKKA, 2012, p.6)

Penso que os jogos e consoles de um passado não tão distante não podem ser considerados nem mortos e muito menos arcaicos. Siegfried Zielinski, em seu trabalho sobre arqueologia da mídia afirma que “A passagem dos séculos apenas aprimora e aperfeiçoa as grandes ideias arcaicas” (ZIELINSKI, 2006, p. 17). Acredito que muitas características que foram definidas nos processos criativos de jogos de videogame se mantêm vivas de forma conceitual sob o aspecto de uma herança midiática que está presente como fragmentos e elementos que perduram e se mantêm na arquitetura dos jogos contemporâneos de forma variada, o que me leva a crer que no processo criativo dos jogos de videogame há variações conceituais que estão presentes em seu fundamento e que tomam forma própria como parte da obra ao serem incluídas em um jogo específico. Durante meu mestrado estudei como jogos clássicos dos anos oitenta, como *Super Mario Bros* (1985), inspiraram jogos como *Braid* (2008) e como essa referência é aparente no jogo, além das referências, a mecânica dos jogos possui uma semelhança parcial. Dessa forma, não penso um jogo de videogame como algo totalmente novo e isolado, mas sim, como algo fruto de uma relação em uma rede complexa, de um esforço coletivo e de relações sócio-comunicacionais.

Figura 2: Comparação entre *Super Mario Bros* (1985) e *Braid* (2008).

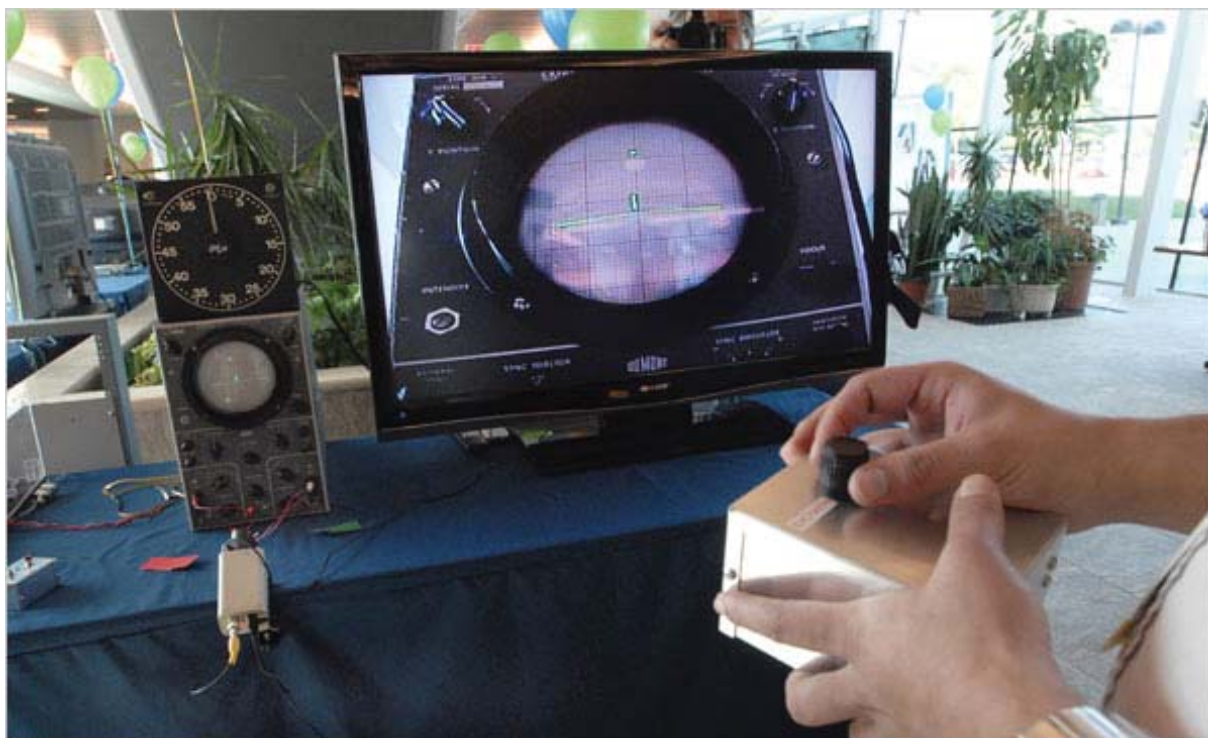


Fonte: *Super Mario Bros* (1985); *Braid* (2008).

1.2. Uma breve história do videogame. Do osciloscópio para o estúdio.

No ano de 1958, o físico William Higinbotham criou o que seria considerado na história da mídia videogame um dos primeiros jogos digitais, o *Tennis for Two*. Fazendo uso de um computador analógico que simulava trajetórias de objetos em relação à resistência ao vento, Higinbotham e um dos técnicos do laboratório, Robert V. Dvorak, desenvolveram o jogo que utilizou um osciloscópio para projetar a imagem e dois controladores customizados para mover as imagens na tela, exibindo-o na feira anual do Laboratório Nacional de Brookhaven para entreter os visitantes. Além de entreter os visitantes, Higinbotham desejava passar a mensagem de que os esforços científicos do laboratório em que trabalhava tinham relevância para a sociedade.

Figura 3: Demonstração de *Tennis for Two* em um Osciloscópio na comemoração de cinquenta anos no laboratório Brookhaven.



Fonte: *The New York Times*.

Segundo matéria publicada no *The New York Times*¹ sobre a celebração dos cinquenta anos de *Tennis for Two* feita pelo laboratório Brookhaven, centenas de pessoas fizeram fila para interagir com o jogo quando ele foi apresentado em

¹ LAMBERT, Bruce. *Brookhaven Honors a Pioneer Video Game*. Disponível em: https://www.nytimes.com/2008/11/09/nyregion/long-island/09videoli.html?_r=2 - Acesso em 09/07/2018.

1958. Sem o objetivo de transformá-lo em um produto comercial de entretenimento, William Higinbotham, fazendo uso das tecnologias que dispunha, desenvolveu o que seria uma das fundações presentes no processo criativo de jogos de videogame e que perpetua até hoje no desenvolvimento de jogos digitais: a representação de um jogo numa tela em que os objetos são controlados por pessoas utilizando controles que alteram o movimento de um determinado objeto representado de acordo com algoritmos que possuem a função de instrução que regula o movimento e a colisão do objeto na tela. Higinbotham definiu estruturalmente a forma como os consoles e os jogos de videogame seriam no começo da indústria de videogames, características essas que permanecem até hoje.

Em 1962, Steve Russel e seus colegas membros do *Tech Model Railroad Club* no MIT (Massachusetts Institute of Technology), desenvolveram *Spacewar!*, um jogo que colocava dois jogadores no controle de naves com o objetivo de atirar mísseis um no outro enquanto tinham que desviar de asteróides e estavam sujeitas ao campo gravitacional de uma estrela. Tendo sido desenvolvido no computador PDP-1, *Spacewar!* foi instalado em outras máquinas e é historicamente conhecido como o primeiro jogo a ser jogado em computadores diferentes. Tanto *Tennis for Two* quanto *Spacewar!* foram desenvolvidos no contexto acadêmico com o objetivo de explorar as possibilidades de desenvolvimento e processamento de computadores disponíveis em laboratórios e universidades. Ambos esses jogos eram para dois jogadores, já que não havia uma inteligência artificial programa para interagir com o jogador.

Foi no ano de 1966 que Ralph H. Baer iniciou o desenvolvimento de um sistema que utilizaria aparelhos de televisão para jogar. Engenheiro da Sanders Associates, Ralph Baer dedicou-se a desenvolver esse projeto com um time de engenheiros, porém, com a falência da Sanders Associates, ele tentou levar seu projeto para outras empresas e só quando a Magnavox ouviu sobre o projeto de Baer e teve acesso a uma demonstração do

Figura 4: *Spacewar!* no computador PDP-1.



Fonte: *The History of Spacewar: The First Computer Game*. Disponível em: <<https://www.thoughtco.com/history-of-spacewar-1992412>>

protótipo, fecharam um contrato para o desenvolvimento do que veio a se tornar o primeiro console doméstico. O Odyssey continha doze jogos que dependiam do jogador colocar uma película plástica na tela do televisor para simular o cenário. Todos esses jogos eram variações de ping-pong que faziam uso do cenário colado na tela da televisão. O Magnavox Odyssey inaugurou a era dos consoles na década de setenta dando início a um mercado promissor de entretenimento doméstico.

Em 1972 Nolan Bushnell fundou a Atari ao lado de Ted Dabney, após desenvolver uma máquina operada por moedas que era uma adaptação do jogo *Spacewar!* chamada *Computer Space*. Com o início das operações da Atari, Nolan Bushnell contratou Al Alcorn que desenvolveu uma versão aprimorada do *Tennis* do Odyssey com o nome de *PONG* (1972), que veio a se tornar o primeiro jogo eletrônico em *arcade* a ter grande sucesso, sendo adaptado posteriormente para uma versão doméstica. O sucesso de *PONG* despertou o interesse da indústria para a produção de máquinas de *arcade* e de diversos jogos, que eram em sua maioria variações do *Tennis*. Dessa forma, estabelecimentos que abrigavam dezenas de *arcades* tornaram-se parte do cotidiano de jovens e adultos que buscavam entretenimento eletrônico.

Figura 5: Magnavox Odyssey.



Fonte: <http://www.computinghistory.org.uk/det/16909/Magnavox-Odyssey/>

Figura 6: Gabinete de PONG.



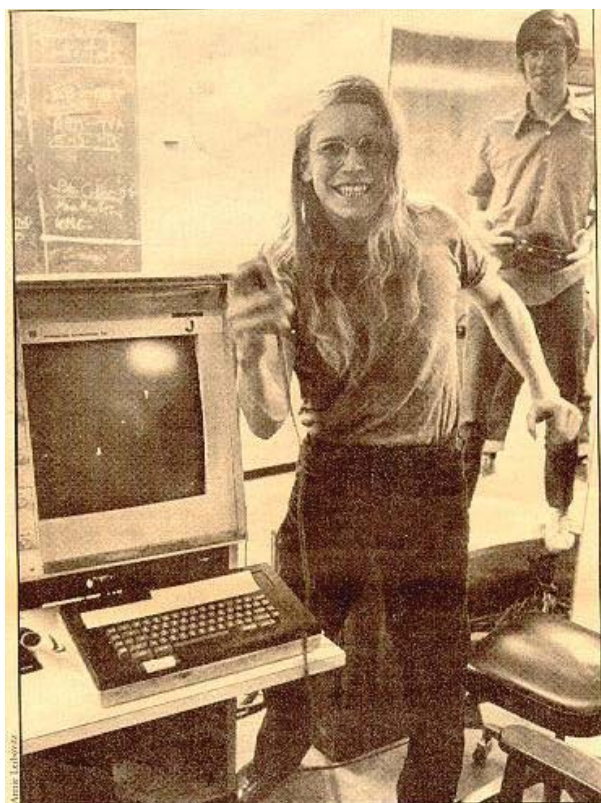
Fonte: Wikimedia Commons.

Até quase o fim da década de setenta os jogos em *arcade* eram muito semelhantes. Em sua grande maioria, variações como *PONG* ou então jogos de nave espacial ou invasão alienígena, como *Space Invaders*, que foi desenvolvido pela empresa japonesa Taito. Nenhum desses jogos possuíam personagens ou então contavam uma história; são sobre a interação entre elementos na tela em que o objetivo do jogador é conseguir o maior número de pontos. Por contar com um placar que registra a pontuação máxima dos jogadores, os jogos de *arcade* já em seu primórdio demonstraram a formação de um cenário competitivo no qual os jogadores buscavam superar os pontos uns dos outros, já que era possível registrar sua assinatura na tela de pontuação da máquina.

Historicamente, o primeiro registro de um evento no qual pessoas compareceram para competir em um jogo de videogame foi em 1972 na Universidade de Stanford para disputar quem tinha o melhor desempenho no *Spacewar!*. Como prêmio, o vencedor levaria para casa uma assinatura anual da revista *Rolling Stones*. Em 1980, a Atari promoveu um campeonato de *Space Invaders* que contou com a presença de cerca de dez mil participantes, constituindo assim a realização de campeonatos promovidos por empresas produtoras de jogos. Com a percepção de que a realização de campeonatos era interessante para a promoção dos jogos, empresas começaram a promover esses eventos nos quais colocavam os jogadores para competir em seus jogos. Em sua maioria, o objetivo da competição era obter mais pontos ou terminar o jogo no menor tempo possível. Até então, os jogos não eram desenvolvidos com foco na competição entre jogadores.

No ano de 1979 a empresa japonesa NAMCO criou o *arcade* de *Pac-Man*. Contrário aos demais títulos da época, *Pac-Man* era um jogo colorido

Figura 7: Bruce Baumgart. Campeão do torneio de *Spacewar!*.



Fonte: First eSport tournament. <https://bequipe.com/first-esport-tournament/>

sobre um personagem, o *Pac-Man*, que ao invés de apenas interagir com pontos na tela, tinha como objetivo percorrer um labirinto coletando todos os pontos e frutas em seu caminho enquanto foge dos fantasmas *Inky*, *Blinky*, *Pinky* e *Clyde*, que por sua vez eram programados para que cada um reagisse de uma forma diferente na tela. O personagem também contava com pequenas pastilhas que lhe conferiam o poder de engolir os fantasmas durante alguns segundos para eliminá-los momentaneamente da tela, dessa forma, a Namco estabelece uma característica importante para o *game design*: a inclusão dos chamados *power-ups*, objetos que alteram o estado do personagem controlado pelo jogador conferindo algum tipo de habilidade especial momentaneamente.

Pac-Man (1979) não possui uma história, apenas um nome dado a um personagem que tem características próprias, porém, foi o suficiente para dar início a um fenômeno cultural. O personagem não ficou limitada às telas de *arcade*, vindo a ganhar uma série animada pelo estúdio Hanna-Barbera e diversos produtos de *merchandising* como peças de roupas, cereal matinal, brinquedos e itens de uso geral com estampas dos elementos do jogo.

Figura 8: *National Space Invaders Championship*



Fonte: Reddit. Disponível em: https://www.reddit.com/r/HistoryPorn/comments/3a9wz7/the_national_space_invaders_championship_held_by/

Figura 9: *Pac-Man*.



Fonte: Namco.

Figura 10: *Merchandising de Pac-Man*.

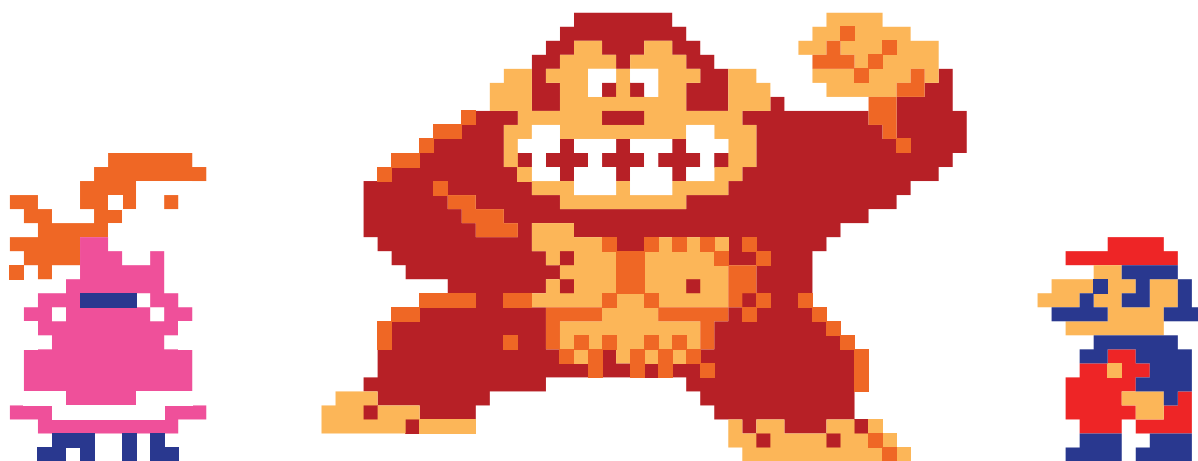


Fonte: *Pac-Man Fandom*. Disponível em: <https://pacman.fandom.com/wiki/Merchandise>

A importância de *Pac-Man* para a história dos jogos de videogame está na forma como ele se torna um dos primeiros expoentes de um fenômeno comunicacional, tecnológico e cultural em processo de desenvolvimento e o modo como coloca em evidência a importância que o personagem tem em um meio de comunicação. Mesmo limitado ao processamento dos *arcades* da época, *Pac-Man* já demonstrava uma identidade, coisa que não era encontrada em nenhum outro jogo.

Já no ano de 1981, outra empresa japonesa, a Nintendo, desenvolve *Donkey Kong*, um jogo no qual o jogador controlava o personagem *Jumpman* por meio de um labirinto vertical no qual deveria pular sobre barris arremessados pelo gorila *Donkey Kong* que sequestrou sua namorada Pauline. *Donkey Kong*, assim como *Pac-Man*, possui cenas animadas que acontecem quando o jogador passa de nível, porém, o personagem controlado pelo jogador tem um objetivo claro, salvar a namorada raptada pelo monstro. Além dessas características, o jogo coloca o jogador numa relação de oposição a um vilão.

Figura 11: Da esquerda para a direita: Pauline, Donkey Kong e Jumpman.



Fonte: *Donkey Kong*. Nintendo.

Em 1983, dado o grande número de consoles e jogos que não eram muito diferentes uns dos outros nas prateleiras das lojas e nas casas de *arcade*, a indústria de games sofre com uma quebra em larga escala que levou a falência muitas das empresas atuantes na época. A falta de controle de qualidade no desenvolvimento dos jogos fez com que o público consumidor diminuísse o interesse nos jogos. Títulos como a adaptação do filme E.T. de Steven Spielberg foram responsáveis por

levar a indústria a esse momento. Nesse mesmo ano a Nintendo lança seu console doméstico, o Famicom, no mercado japonês, e o personagem que ficou conhecido como *Jumpman* agora tem um nome, Mario.

1.2.1. A emergência da narrativa nos jogos de videogame.

Os primeiros jogos eram sobre objetos interagindo em uma tela. Antes de *Pac-Man* não havia personagens e a similaridade entre os jogos causou desinteresse nos jogadores levando a uma crise no mercado de videogames que ficou conhecida como “*Crash de 1983*”. Se *Pac-Man* se destacou por suas cores e por ter um personagem, com o tempo outros jogos mostraram a importância da narrativa nos jogos digitais.

Em 1979, Richard Garriott desenvolve *Akalabeth: World of Doom*, um jogo para o computador Apple II que possui parâmetros de semelhança com o tradicional jogo de *RPG* (*Role Playing Game*) em livros *Dungeons & Dragons* (1974), jogo no qual um mestre narra uma aventura para um grupo de jogadores cada qual com uma personagem construída de acordo com regras de customização e que possuem a liberdade de interação com a história narrada. Em *Akalabeth*, foram definidas muitas das características dos jogos de *RPG* nos videogames que viriam a ser desenvolvidos com o tempo. O jogador podia escolher a que classe seu personagem pertenceria. Conforme ele ganha experiência enfrentando os desafios seu personagem fica mais forte, há lojas para compra de armas e itens, estratégias de combates e um mundo para ser explorado de acordo com a progressão do jogador na narrativa do jogo.

De acordo com uma declaração de Garriott sobre seu início como desenvolvedor de games ao site Polygon²:

Esse foi o momento em que aprender sobre computadores mudou de um fascínio pela própria máquina para especificamente tentar implementar jogos em computadores. Pouco antes disso, minha cunhada me deu uma cópia de O Senhor dos Anéis para ler. Eu estava jogando Dungeons & Dragons. Eu estava começando a dominar este teletipo incomum, que era o mesmo que eu usei durante o verão na Universidade de Oklahoma. Então lá fui começar a fazer jogos. (GARRIOT, 2017)

Se as primeiras tentativas de criar jogos foram baseadas no tênis como o *Tennis for Two* e o *PONG*, vejo em *Akalabeth* um exemplo de como o desenvolvedor busca

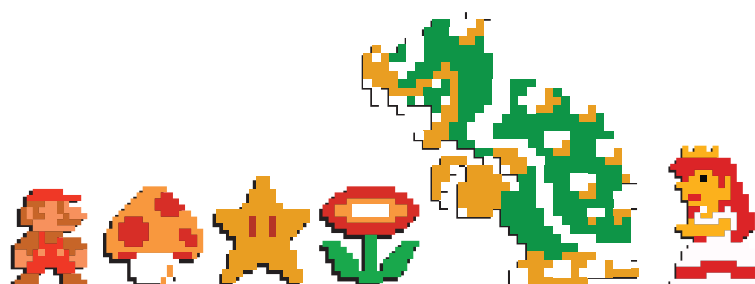
2 Disponível em: <https://www.polygon.com/features/2017/9/15/16304980/how-richard-garriott-got-started-in-games> - Acesso em 10/07/2018

referências na literatura de fantasia e em experiências lúdicas diferentes inspirações para criar jogos narrativos. Richard Garriott, de acordo com a declaração dada, estava imerso em um universo de fantasia tanto na literatura quanto no jogo *Dungeons & Dragons* e, não é de se estranhar que ao se interessar pelo desenvolvimento de *games* ele levasse para seu processo criativo as inferências culturais que sofreu. Nos estudos sobre processos de criação, Cecilia Salles afirma que:

[...] o processo de criação está localizado no campo relacional. É importante pensarmos no ato criador como um processo inferencial, no qual toda ação, que dá forma ao novo sistema, está relacionada a outras ações de igual relevância, ao se pensar o processo como um todo. (SALLES, 2008, p. 26)

Diferente das demais empresas atuantes no mercado nesse período, a Nintendo estabeleceu um padrão de qualidade para seus jogos e no ano de 1985 lança o seu console nos Estados Unidos sob o nome de NES (*Nintendo Entertainment System*). No mesmo ano temos o lançamento de *Super Mario Bros*, jogo no qual Mario tinha como objetivo resgatar a princesa do reino dos cogumelos que foi raptada pelo Rei Koopa e a aprisionou em seu castelo. Em sua jornada Mario dispõe de itens que lhe conferem poderes como o cogumelo que o transforma em *Super Mario*, a Flor de Fogo que permite que ele atire pequenas bolas de fogo nos inimigos e a Estrela que lhe torna invencível por um curto período de tempo.

Figura 12: Da esquerda para a direita: Mario, Cogumelo de força, Estrela de invencibilidade, Flor de fogo, Rei Koopa e Princesa Toadstool.



Fonte: *Super Mario Bros*. Nintendo.

Em *Super Mario Bros* a Nintendo define uma narrativa sobre um herói que deve resgatar uma princesa presa em um castelo da mesma forma que nos contos de fada, um argumento simples para o desenvolvimento de uma narrativa, porém o suficiente para transformar *Super Mario Bros* em um fenômeno mundial que assim como *Pac-*

Man conquistou pessoas e tornou-se ícone da “cultura gamer”.

Seguindo seu plano de proporcionar boas experiências interativas para os jogadores, a Nintendo lança em 1986 *The Legend of Zelda*, um jogo com uma narrativa em um mundo de fantasia na qual o herói Link que, com sua espada, parte em uma jornada para salvar a princesa Zelda raptada pelo vilão Ganondorf e recuperar o poder da Triforce para assim fazer com que a paz retorne ao reino de Hyrule. Em sua jornada, Link usa diversos itens que encontra no caminho para solucionar os desafios em um mapa que lembra um grande labirinto. A narrativa de *The Legend of Zelda* faz com que o jogador comece com um personagem fraco que ao longo de sua jornada se fortalece na medida que encontra itens que aumentam seus pontos de vida e que o auxiliam a combater inimigos.

Figura 13: Personagens e itens de *The Legend of Zelda* (1986). O herói Link recebe sua espada do ancião. Em sua jornada encontra itens que o fortalecem para enfrentar Ganondorf, resgatar a princesa Zelda e recuperar o Triforce.



Fonte: *The Legend of Zelda* (1986). Nintendo.

Super Mario Bros e *The Legend of Zelda* possuem argumentos que contextualizam o jogador em relação a razão da história que é contada no jogo e, embora haja pouco ou nenhum diálogo com outras personagens, isso não é primordial pois o jogo acontece narrado por uma sucessão de fatos e imagens que fazem com que o jogador imerja em seu imaginário. Tanto o universo de *Super Mario Bros* quanto o de *The Legend of Zelda* possuem suas próprias características porém, ambos são fundamentados no conflito entre dois elementos narrativos, o herói e o vilão que se opõem pela conquista da princesa, além disso, nesses dois jogos que foram os primeiros de suas respectivas séries, foram estabelecidos elementos característicos de seus imaginários que perpetuam nos jogos posteriores quase que sempre com a mesma função no jogo.

Os *power-ups* que conferem poderes a Mario em *Super Mario Bros* possuem

a mesma função nos jogos seguintes da franquia. Estão em *Super Mario Bros 3* (1988), *Super Mario World* (1990) e em *New Super Mario Bros Wii U* (2012). O mesmo acontece com *The Legend of Zelda* que tem diversos dos seus elementos recorrentes em toda a série já estabelecidos no primeiro jogo. Em seu terceiro jogo, intitulado *A Link to the Past* (1991), temos a inclusão de um dos mais importantes elementos do processo de criação do seu mito e imaginário, a *Master Sword*, uma espada sagrada presa em um pedestal que só pode ser empunhada pelo herói após o jogador passar por determinadas provas e assim conseguir os pré-requisitos para retirá-la. Estes objetos que integram suas respectivas narrativas estão semanticamente relacionados com seus imaginários.

A ideia de objetos que alteram as características do personagem e a forma como o personagem se relaciona com os cenários e os diversos elementos presentes, adicionando qualidades e formas de interação características dos *power-ups* e itens, devem ser pensadas como elementos a serem explorados no processo de criação. O cogumelo que confere força em *Super Mario Bros* é apresentado em *Super Mario Kart* (1992), jogo que coloca os personagens da série em pistas de corrida, como um item que aumenta a velocidade do motor momentaneamente garantindo vantagem na aceleração. O item ainda confere força, mas de uma forma derivada.

O mesmo processo de derivação é encontrado em *The Legend of Zelda* com a *Master Sword*. Tanto em *A Link to the Past* quanto em *Ocarina of Time* (1998), o personagem Link deve conseguir três pingentes que são obtidos após derrotar três monstros que os guardam, porém não são os mesmos monstros em ambos os jogos e a espada possui uma função diferente. Enquanto em *A Link to the Past* o jogador empunha a *Master Sword* e automaticamente prossegue no jogo, em *Ocarina of Time* Link deve conseguir três pingentes, chegar até o templo em que a espada está guardada atrás de uma porta que só abrirá após ele tocar uma canção em sua ocarina, após isso ele pode retirar a espada do pedestal e é envolto em um cristal que o coloca em estado de hibernação até atingir a idade adulta e poder empunhá-la. Em ambos os casos, a espada funciona como um mecanismo divisor de dois momentos do jogo.

O termo *RPG (Role Playing Game)* é primariamente referido a jogos de representação no qual um jogador utiliza uma ficha de papel para construir sua personagem e possui certa liberdade para interpretar a personalidade enquanto interage com os demais jogadores do grupo e com a aventura criada pelo mestre,

porém, no videogame, o jogador customiza seu personagem de acordo com os parâmetros já programados no jogo e não há como interpretar o papel. Se pensarmos bem, um jogo de videogame classificado como *RPG* está se referindo para um jogo centrado numa narrativa com possibilidades de customização de personagem e combates estratégicos no qual o personagem passa por um processo de evolução conforme adquire experiência do que para um jogo no qual o jogador interpreta um papel que ele constrói processualmente conforme interage com uma narrativa contada por outra pessoa.

Em 1987, o jogo *Final Fantasy*, criado por Hironobu Sakaguchi, foi lançado para o NES. O jogo coloca o jogador no controle de um grupo composto por quatro guerreiros chamados de “*Warriors of Light*”, cuja missão é restaurar o poder de quatro cristais correspondentes a cada um dos quatro elementos naturais (Terra, Água, Ar e Fogo) para que a ordem no planeta pudesse ser restaurada. Já no início do jogo é apresentada ao jogador a possibilidade de customizar o grupo, podendo escolher de forma estratégica a composição do grupo entre seis opções de classe de personagem, sendo elas: *Fighter* (o guerreiro com maior força), *White Mage* (mago com magias de cura), *Black Mage* (mago com magias de ataque), *Red Mage* (mago que possui de forma mais fraca tanto magias de ataque quanto de cura), *Thief* (possui mais agilidade que as outras classes) e *Black Belt* (mistura entre *Fighter* e *Thief*).

Figura 14: Classes de personagens de *Final Fantasy* (NES). Da esquerda para a direita: *Fighter*, *White Mage*, *Black Mage*, *Red Mage*, *Thief* e *Black Belt*.



Fonte: *Final Fantasy* (1987). Square Soft.

Em *Final Fantasy* há interação com personagens não jogáveis presentes na narrativa. O jogador pode dialogar com esses personagens para obter informações, itens e saber mais sobre acontecimentos da história para assim prosseguir em sua jornada. O combate contra os inimigos não é de ação direta; uma tela de batalha é acionada no momento do combate na qual o jogador escolhe quais ações cada personagem executará em seu turno, assim constituindo um combate estratégico no

qual o jogador escolhe entre atacar ou usar itens e magias que auxiliam os heróis durante o combate. A cada combate, o grupo de heróis recebe pontos de experiência que faz com que eles se fortaleçam conforme o jogador avança na história, o que é necessário na medida que o jogador encontrará inimigos mais fortes. Com foco no desenvolvimento de uma história ao contrário de manter apenas a ação, a série *Final Fantasy* levou para os jogos de videogame a preocupação com o desenvolvimento das relações entre os personagens, como vemos em *Final Fantasy VI*, que possui catorze personagens e um enredo que traz para discussão questões éticas e sobre como o relacionamento formado entre pessoas em momentos de dificuldade as fortalecem e as ajudam frente os desafios.

Final Fantasy foi lançado como a última tentativa da empresa *Square* em atuar no mercado de jogos. O sucesso do jogo foi enorme, sendo o primeiro grande expoente dos *RPG's* em consoles domésticos (o jogo *Dragon Quest* já existia, porém não obteve o mesmo sucesso que *Final Fantasy* em seu início), o que garantiu sequências, porém, os jogos que vieram posteriormente não possuem nenhuma ligação entre si em termos de narrativa a não ser a presença de elementos que compõem o *game design* (monstros, sistema de combate em turnos, itens, magias, etc). A criação de Hironobu Sakaguchi estabeleceu alguns padrões para o desenvolvimento de jogos de *RPG* para videogame e encontramos esses padrões em jogos como *Chrono Trigger* e *Secret of Mana*. *Chrono Trigger* se destaca dos demais jogos da época pois reuniu em sua equipe de criação alguns dos melhores profissionais do desenvolvimento de *games*. Sua narrativa, diferente dos demais *RPG's* até então, possui um sistema de enredo no qual as decisões e ações do jogador modificam o final do jogo, sendo possível obter até doze finais diferentes.

Em 1996, Mario que já havia sido tema de um jogo no qual disputava corridas de *kart* com os demais personagens de sua franquia, agora protagoniza uma aventura nos moldes da série *Final Fantasy*. *Super Mario RPG* nasce de uma parceria entre Nintendo e Square Soft e coloca o mascote da Nintendo em uma aventura na qual ele não deve só salvar a princesa, mas deve percorrer todo o mundo em uma jornada na qual reúne um grupo de aliados, passa por um processo de fortalecimento com a experiência ganha em batalha, coleta itens e armas, resolve problemas isolados para então restaurar o equilíbrio do mundo

Super Mario RPG exemplifica um processo de expansão do imaginário que

foi processualmente desenvolvido desde suas primeiras aventuras na qual o problema do herói não é mais apenas salvar a princesa mas sim, restaurar a ordem no mundo. Com uma mecânica diferente dos jogos anteriores, essa aventura de Mario se assemelha aos jogos da série *Final Fantasy* nos quais o jogador deve explorar um mundo e dialogar com personagens não controláveis, fortalecer o grupo de heróis por meio da experiência ganha no combate e comprar e encontrar itens que fortalecem o grupo durante a jornada. Ao jogador é apresentado um mundo com dinâmica própria, cidades com habitantes que dialogam com o personagem principal e dão informações ou contam alguma curiosidade.

Com a entrada de consoles como o Playstation da Sony no mercado de *games*, que fazia uso de *CD-ROM* como mídia e tinha um poder de processamento superior, os gráficos dos jogos passaram a usar polígonos em três dimensões e, com maior espaço para armazenar dados, animações computadorizadas passaram a ser cada vez mais frequente na narrativa dos jogos. Se anteriormente os jogos ficavam restritos a um cartucho, com o *CD-ROM* eles passaram a ter múltiplos discos, como no caso de *Final Fantasy VII* (1997) e *Star Ocean 2* (1998). Maior poder de armazenamento e processamento dos consoles possibilitaram explorar novas formas de narrar acontecimentos nos jogos. No Playstation 2, que fez uso do *DVD-ROM* para armazenar o conteúdo, as cenas em animação possuem dublagem; os personagens ganharam voz e a captura de movimentos de atores confere maior expressividade à dramatização em um ou outro momento do jogo. Com o lançamento do Playstation 3 e do XBOX 360, os consoles domésticos foram integrados à conectividade com a internet e os jogos começaram a incluir conteúdo interativo em rede, possibilitando o jogador interagir com outros jogadores, colaborando durante o jogo, ou desafiando em uma partida. A interação social começou a ser parte da narrativa, conforme já acontecia nos *MMORPG* (*Massive Multiplayer Online RPG*) de computadores como *World of Warcraft* (2004) e *Ultima Online* (1997).

Figura 15: Mario e seus companheiros de aventura em *Super Mario RPG*. Neste jogo a princesa Toadstool e o vilão Bowser (Koopas em *Super Mario Bros*) se juntam a Mario, Mallow e Geno.



Fonte: *Super Mario RPG* (1996). Square Soft e Nintendo.

A indústria que começou com jogos que colocavam o jogador interagindo com pontos em uma tela passou por uma grande crise dado a imensa quantidade de jogos parecidos. Conforme novas tecnologias de desenvolvimento e processamento foram surgindo, os jogos passaram a incluir personagens, histórias sobre salvar princesas e aventuras com heróis em busca de salvar o mundo. Narrativas épicas começaram a fazer parte dos jogos em sistemas que conferem recompensas e experiência para o jogador conforme ele avança no jogo. Com o tempo, acontecimentos dos jogos começaram a ser narrados por meio de animações e os personagens tornaram-se mais expressivos com o uso de dubladores e atores que tinham seus movimentos capturados. Temas como a jornada do herói se tornaram frequentes desde *Super Mario Bros* e encontramos uma semelhança com os mitos dos heróis que partem em uma jornada, adquirem objetos e completam suas tarefas em suas buscas. Jogos de videogame colocam o jogador no controle desses heróis e quando um herói de um jogo supera um obstáculo, é porque o jogador superou esse obstáculo junto com o personagem.

1.1.2. Jogos competitivos.

Nos computadores houve uma tendência de desenvolvimento de jogos de tiro em primeira pessoa (*First Person Shooters/FPS*) e *Real Time Strategy (RTS)*. Nos anos noventa jogos como *Doom*, *Quake*, *Starcraft* protagonizaram um cenário competitivo que ganhou expressividade graças às conexões em rede. Nos consoles e *arcades*, os jogos de luta como *Street Fighter II* (1991) e *The King of Fighters* (1994) assim como simuladores esportivos, principalmente os de futebol como *Fifa* (1993) e *Winning Eleven* (1995) reuniam jogadores em espaços públicos como locadoras de jogos e casas de *arcade* para competirem.

Um dos fatores que contribuiu para o desenvolvimento do cenário competitivo foi a criação de jogos a partir de processos de modificação de jogos já prontos, processo este conhecido como

Figura 16: *Doom*.



Fonte: ID Software.

Mod e que exige o esforço colaborativo de pessoas que conhecem linguagem de programação e de processos de *game design*. *Counter Strike* (1999), *Defense of the Ancients "DotA"* (2003), *Starcraft: Aeon of Strife* (1998) são alguns dos exemplos de *games* que nasceram da colaboração de jogadores que modificaram jogos já existentes para criar novos jogos.

Com a possibilidade de dois jogadores competirem um contra o outro em um mesmo console ou máquina de *arcade*, ou então conectar seus computadores em rede local para jogar um contra o outro, houve a emergência de competições amadoras que se davam entre jogadores cujo objetivo era provar quem era o melhor jogador. A cultura de competição passou a fazer parte dos jogos digitais (esse tema será melhor desenvolvido no capítulo 2 assim como a questão das modificações em jogos) como uma das formas de expressão dos hábitos sociais dos jogadores de videogame e que posteriormente deu início a competições formais organizadas por corporações. Equipes foram formadas, jogadores se tornaram protagonistas

dentro desse cenário competitivo no qual competem por premiações em dinheiro. Jogar videogame começou a ser um ofício remunerado para alguns a partir dos anos dois mil com o desenvolvimento do *E-Sport*, o esporte eletrônico. Até então, o que era

Figura 17: Quake.



Fonte: Quake. ID Software.

Figura 18: Starcraft.



Fonte: Starcraft. Blizzard.

Figura 19: Street Fighter II.



Fonte: Street Fighter II. Capcom.

entretenimento casual se desenvolveu para uma atividade esportiva e o jogador se tornou um ciber-atleta.

1.2. Videogame e complexidade.

Ao realizar uma breve apanhado histórico do videogame, destacando alguns pontos que considero importantes para esta tese, foi possível expor o trajeto que esta mídia percorreu desde a concepção de um protótipo em um laboratório de universidade, do que viria a ser o videogame até o momento em que os jogos digitais fazem parte uma cultura competitiva que é reconhecida como esporte eletrônico. Esse trajeto foi necessário para que pudesse expor o caminho evolutivo que o videogame percorreu, das salas de casa e casas de *arcade* até competições formais organizadas, trajeto este que me faz pensar na complexidade do videogame. É possível argumentar que essa complexidade não fica restrita às relações entre imagem/ algoritmo/som/música/narrativa/tecnologia. A rigor, a mídia foi se desenvolvendo até o momento em que formou uma cultura que, por meio dos jogos digitais, se mostra como uma forma de mediação, comunicação e expressão de fenômenos sociais no qual destacamos a prática esportiva mediada por consoles de videogame e computadores. Essa questão sobre o videogame como mediador do esporte gera um grande debate se jogar videogame pode ser considerado uma atividade esportiva. Ao mesmo tempo, é preciso reconhecer que o jogo digital, enquanto fenômeno comunicacional, atrai milhões de espectadores em eventos organizados. Além disso, o videogame forma um mercado que envolve indústria, patrocinadores, espetáculo; requer regulamentação pública para a sua prática já que envolve pessoas e práticas (sociais, econômicas, competitivas); expõe jovens jogadores como profissionais do videogame; reconfigura o interesse do processo criativo de jogos competitivos nas desenvolvedoras, que passam a se interessar por participar desse mercado, ou seja, é uma atividade que tem implicações sociais/comunicacionais/econômicas/políticas/tecnológicas. Não é de se estranhar que o videogame como esporte cause questionamentos e conflitos de opinião, Edgar Morin, ao discorrer sobre o paradigma da complexidade afirma que:

Todo paradigma novo, a *fortiori* um paradigma de complexidade, aparece sempre como confuso aos olhos do paradigma antigo, já que ele une o que era evidência repulsiva, mistura o que era de essência separado e quebra o que era irrefutável por lógica” (MORIN, 2008, p.463).

Penso que uma pergunta importante de ser feita não é se jogar jogos de videogame pode ser considerado como uma atividade esportiva, mas sim, se o videogame tornou-se um meio para a expressão de atividades sociais/culturais/comunicacionais que implica na reconfiguração de conceitos já estabelecidos, como no caso da prática esportiva que é chamada de Esporte Eletrônico e das relações sociais, culturais e comunicacionais que emergem a partir dessa mídia.

Conforme será desenvolvido no capítulo 2, comunidades de jogadores como as que se dedicam aos jogos de luta, por exemplo, demonstram os aspectos sócio-comunicacionais de um grupo que voluntariamente se organizou para competir e o trajeto que essas reuniões tomaram ao formar um cenário competitivo mundial no qual jogadores podem participar anualmente. Esse grupo encontrou nos jogos de luta uma forma de mediar disputas e com o tempo essas competições passaram a atrair mais jogadores, cresceram, saíram de casas de *arcade* para salões de hotel em Las Vegas, distribuem premiações, recebem patrocínios e, com a possibilidade de serem transmitidas pela internet, são vistas por milhares de pessoas ao redor do mundo.

No começo deste capítulo, quando propus que primeiramente devemos ter uma compreensão geral acerca dos videogames para então escolher um jogo específico é justamente por acreditar que não há como selecionar um jogo sem antes compreendê-lo como parte de uma rede de complexidade que vem se construindo desde a invenção do videogame. Por complexidade eu entendo a definição dada por Edgar Morin que explica que:

[...] *complexus* é o que está junto; é o tecido formado por diferentes fios que se transformam numa só coisa. Isto é, tudo isso se entrecruza, tudo se entrelaça para formar a unidade da complexidade; porém a unidade do *complexus* não destrói a variedade e a diversidade das complexidades que o teceram. (MORIN, 2010,p.188)

É justamente por considerar as tecituras que compõem o videogame e a irreducibilidade dos fios dessa rede a um único atributo que propus olhar primeiramente para os aspectos comuns encontrados na história dessa mídia para então selecionar um jogo específico. Os primeiros jogos eram a respeito de objetos que interagem mediante o controle do jogador. *Pac-Man* introduziu um personagem, porém não há uma história. *Super Mario Bros* e *The Legend of Zelda* contam a história do herói que parte em uma jornada para salvar uma princesa. *Chrono Trigger* mostrou uma

narrativa na qual as decisões do jogador influenciam no final da história. Jogos de luta como *Street Fighter* mostraram o poder de organização social e formação de uma comunidade com o propósito de competir que transcende os limites do território de um país. Os jogos de tiro em primeira pessoa deram início a uma cultura digital de modificação e produção de mapas bem como competições em *Lan (Local Area Network)*. Os *RTS* se tornaram um expoente dos jogos em competições organizadas que fizeram o governo sul coreano criar um departamento para regulamentar sua prática. Há um processo de organização nessa complexidade que então não é somente sobre o jogo como um sistema fechado, mas um sistema que está aberto à trocas com o ambiente em que é jogado.

A ideia de complexidade implica em organização, ou seja, no encadeamento de relações produtoras da unidade complexa que é chamada de sistema. No sistema complexo os acontecimentos/indivíduos/unidades estão inter-relacionados assim assegurando a sua estabilidade. Morin, ao explicar a noção de sistema complexo afirma que:

O que é preciso compreender são as características da unidade complexa: um sistema é uma unidade global, não elementar, já que ele é formado por partes diversas e inter-relacionadas. É uma unidade original, não original: ele dispõe de qualidades próprias e irreduzíveis, mas ele deve ser produzido, construído, organizado. É uma unidade individual, não indivisível: pode-se decompô-lo em elementos separados, mas então sua existência se decompõe. É uma unidade hegemônica, não homogênea: é constituído de elementos diversos, dotados de característica que ele tem em seu poder. (MORIN, 2008, p.135)

O isolamento de um único aspecto de um ou mais jogos digitais pode proporcionar um estudo a respeito de alguma particularidade, porém, jamais se deve reduzir o jogo a apenas uma questão, pois ele é parte de um sistema no qual as partes componentes estão interagindo, agindo, retroagindo; o todo é maior que a soma das partes. Interagindo pois são relações entre objetos programados em um sistema guiado por um algoritmo e representados por imagens que se relacionam por instruções específicas, por sua vez, interação movida pelas ações do jogador mediadas por um controle que age no ambiente do jogo, que retroage sempre que o sistema for instruído a retornar uma condição prévia, seja por um evento específico, seja para que possa recomeçar.

O jogo de videogame é caracterizado por ação, interação e retroação. Além dessas características internas ao sistema, há implicações econômicas, tecnológicas,

políticas; em sua capacidade de unir pessoas seja para competir, seja para partilhar do entusiasmo em um vínculo mediado pelo jogo; na sua narrativa que busca referência no mito e no imaginário ao utilizar criaturas fantásticas para contar a história em um meio interativo digital, encontramos um plano noológico no qual as ideias são organizadas e tomam formas diferentes de acordo com o imaginário do jogo (retomarei a questão da noosfera no Capítulo 4 ao escrever sobre a antropologia do imaginário segundo Gilbert Durand). De acordo com o pensamento complexo, sistemas de ideias tem como características serem abertos e fechados simultaneamente; são sistemas sujeitos à trocas com o meio. Morin define o sistema de ideias como um sistemas que:

[...] comporta uma extraordinária diversidade de espécies, dos fantasmas aos símbolos, dos mitos às ideias, das figurações estéticas aos seres matemáticos, das associações poéticas aos encadeamentos lógicos. (MORIN, 2011, p. 141)

Mito e imaginário estão relacionados com a tecnologia dos jogos assim como os movimentos sociais que partilham desse imaginário mítico e também social. Temos que pensar que esse sistema é passível de qualidades emergentes que não são determinadas, conforme pode ser exemplificado na formação dos cenários competitivos organizados por fãs ao contar um pouco da história do videogame e que tomaram proporções imensas ao formar ligas oficiais de campeonatos ao redor do mundo. Percebo que isso ocorre pois a organização está em processo transformador no fluxo do tempo da história dos videogames combinando os elementos do sistema, emergindo qualidades que integram e expandem a complexidade, trazendo diversidade em um processo de trocas que mostra que o sistema está fechado em um certo ponto, porém, aberto para novas relações que podem ou não se tornar estáveis. Segundo Morin:

Todo sistema de ideias é simultaneamente fechado e aberto. É fechado porque se protege e defende contra as degradações ou agressões externas. É aberto porque se alimenta de confirmações e verificações vindas do mundo exterior. (MORIN, 2011, p. 58)

O jogo (em um sentido geral) é um elemento característico da cultura humana presente no cotidiano. A título de citação, historicamente Johan Huizinga e Roger Caillois estudaram o tema como elemento da sociedade e da cultura.

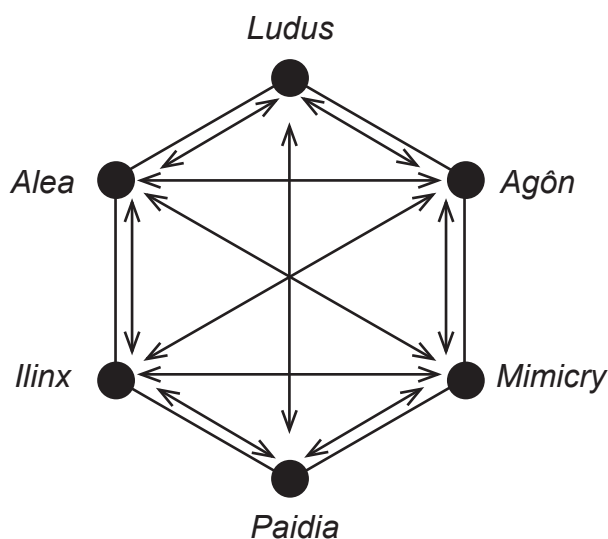
Johan Huizinga (2010) em seu estudo realizado sobre os jogos no contexto da história da humanidade classificou-o como próprio da natureza humana ao afirmar que

há um impulso natural para jogar. Esse impulso é classificado pelo historiador como um impulso criativo e crítico para a formação da cultura e por promover renovações históricas. Ao estudar o jogo na cultura, Huizinga deixa claro sua posição de tratá-lo como uma prática que está além da vida comum e que possui um significado, assim como sua capacidade de causar tensão na realidade pela imaginação. Há uma observação por parte do autor na qual jogo e beleza são relacionados e a possibilidade de incluir os estudos sobre os jogos no campo da estética, já que as qualidades de ritmo e harmonia, e sua característica de possuir uma ordem própria são associadas aos estudos da estética.

Ao situar o jogo em sua função social, Huizinga aponta características gerais, sendo elas: (a) atividade livre, (b) sem compromisso com real, (c) possui configuração espacial, temporal e cultural, (d) possui regras próprias que exploram a tensão, (e) caracterizado pelo segredo e pelo mistério. É importante destacar como o jogo continua, assim que encerrado, na sua capacidade de formar grupos que permanecem e se unem para partilhar da experiência estética do jogo sempre que ele reinicia, o que é definido por Huizinga como uma “sensação de estar separadamente juntos” na qual é conservada a sensação do prazer que o jogo causa. Há a partilha de algo em comum por um conjunto de pessoas que dividem o mesmo espaço em um ato de comunhão. O jogo acaba, mas continua na vivência de experiências dos grupos que se organizam em torno dele.

Na sociologia, Roger Caillois (2017), em trabalho publicado em 1961, dedicou um grande esforço ao estudar o jogo na cultura, categorizando e descrevendo como essas formas de jogo operam nas sociedades. Dando continuidade ao trabalho de Huizinga, que relacionou o jogo com a cultura, Caillois busca a natureza do jogo e as formas livres de jogar, assim definindo-as em quatro grandes categorias, sendo elas: *agôn* (competição), *alea* (acaso/sorte), *mimicry* (simulação) e *ilinx* (vertigem). A divisão em quatro categorias feitas por Caillois sugerem que o jogo pode ser distinguido com base em um

Figura 20: Categorias do jogo segundo Roger Caillois.



Fonte: SILVA, Thiago R., 2019.

princípio próprio e situado em dois polos opostos. De um lado, a *paidia*, caracterizada pela diversão e pela alegria descontrolada e do outro, o *ludus*, caracterizado pelas regras e pela ordem. Assim como Huizinga, Caillois propõe definir o jogo como: (a) atividade livre, (b) atividade fora da vida comum, (c) incerto, (d) improdutivo, (e) baseado em regras, (f) fictício e, ao contrário de Huizinga, inclui a questão material no jogo, ao exemplificar jogos nos quais há riqueza que os participantes apostam, sendo que o ganho do vencedor é proporcional à perda de outros participantes.

Das características gerais apontadas nos estudos de Huizinga e Caillois a que mais me chama a atenção está no poder do jogo em unir pessoas. Edgar Morin fala sobre “buscar a complexidade lá onde ela aparece em geral ausente, como, por exemplo, na vida cotidiana” (MORIN, 2011, p. 57). Os jogos de videogame integram parte do cotidiano dos jogadores, configuraram espaços para jogar (casas de *arcade*, *lan houses*). Nesses espaços ocorreram processos de competição organizada presencialmente pelos jogadores, em outros, a competição ocorre remotamente pelas redes de computadores. Há uma rede de competidores e jogadores estabelecida ao redor do mundo. A partir de modificações (*mods*) em jogos como *Half-Life* e *Starcraft*, foram criados novos jogos dos quais surgiram cenários competitivos com jogadores de diferentes países (emergência de qualidades num dado sistema complexo). Nesse processo nasceu uma cultura *gamer*, com sua linguagem, suas mediações, narrativas, personagens (atores sociais e personagens dos jogos), mito e imaginário. Constituíram suas próprias mediações para transmitir partidas, sites para informar, fóruns para discutir. A partir disso, creio que meu próximo passo está na ramificação dessa complexidade correspondente à cultura *gamer*.

Capítulo 2

Videogame e cultura

2. Videogame e cultura

Com a emergência do videogame houve a formação de uma cultura em torno dos jogos digitais. Segundo Roger Tavares (2004), os jogos de videogame alcançaram uma importância cultural que deve ser estudada. Espaços foram configurados para acolher os jogadores; personagens de jogos são estampados em objetos de consumo; desenvolvedores se tornaram personalidades famosas de uma indústria de entretenimento; a arte dos jogos passa a ser parte da cultura popular expressa em diferentes mídias; há histórias em quadrinhos e mangás que contam a história que o jogador jogou e até mesmo sobre jogadores que ficaram famosos; orquestras e bandas que executam trilhas sonoras dos jogos em apresentações ao vivo; mediações são estabelecidas para a partilha do interesse por algum jogo; jogadores dão um novo uso para o jogo criando práticas sociais e, a partir disso tudo uma identidade social nasceu, o *gamer*. A cultura do videogame está em processo desde que os primeiros *arcades* chegaram ao público, porém, como entender a cultura do videogame?

O videogame, como meio de comunicação, introduz um novo componente de complexidade à mídia audiovisual: o jogador. Ao colocar esse novo elemento temos uma relação entre o sujeito que joga e a mídia que é jogada. A princípio, o jogador não é um espectador mas sim, alguém que toma decisões a respeito do que ocorre no jogo com o objetivo de alcançar o seu fim e, além disso, os jogadores ao formarem uma cultura do videogame, com hábitos próprios, práticas de consumo e de vivências, interferem nos rumos que a indústria de videogame toma. As relações entre jogador e jogo e as possíveis manifestações do videogame na cultura introduz as questões sociais e culturais na complexidade do videogame.

Há casos em que os jogadores não só jogam. Eles se apropriam de elementos dos *games* e desenvolvem meios e processos de interferir no sistema do jogo realizando modificações, remixando músicas, produzindo vídeos animados com narrativas a partir dos arquivos do jogo (*machinima*). A apropriação para a produção artística é comum entre os participantes dessa cultura e a partir dessas apropriações, das manifestações sociais que surgem e da reconfiguração do jogar videogame que se desdobra em práticas sociais e comunicacionais (*E-Sports*, *streaming*, etc) a cultura do videogame vem sendo desenvolvida. Michel Maffesoli, a respeito das manifestações da cultura escreve que:

A cultura pode ser identificada de forma precisa, seja por meio das grandes obras da cultura, no sentido restrito do termo, teatro, literatura, música, ou, no sentido amplo, antropológico, os fatos da vida cotidiano, as formas de organização de uma sociedade, os costumes, as maneiras de vestir-se, de produzir, etc. (MAFFESOLI, 2001, p. 75)

A cultura do videogame vem se expandindo em torno de diversas manifestações comunicacionais que compreendem representações em diferentes mídias. O imaginário do jogo não fica restrito apenas ao momento que o jogador joga; o imaginário do jogo está presente na literatura tanto nos quadrinhos quanto em livros inspirados pelas narrativas do jogo; nas ilustrações que compõem livros de arte dos jogos ou então feitas por fãs que divulgam seus trabalhos na internet; nas demais formas artísticas de representar um tema ou elemento referente aos *games*.

Em relação aos estudos sobre videogame e cultura, Tom Boellstorff enfatiza a interdisciplinaridade das pesquisas ao buscar na antropologia a proposta de um estudo etnográfico sobre os *games*. Para Boellstorff (2006) a era da informação passou a ser a era do jogar, sendo que “jogo” se tornou uma metáfora mestre para a extensão das relações sociais humanas com potencial para despertar novas formas de criação. Sua proposta de pesquisa consiste em primeiramente compreender que o videogame não pode ser reduzido a um único sistema (console ou jogo), pois o jogador não fica restrito a apenas um *game*, para então examinar os hábitos dos jogadores a partir do metaverso digital para o mundo físico, orientação de pesquisa esta que considero importante pois demonstra o entendimento de Boellstorff de que o jogador não está isolado do mundo real, mas sim, considera que há relação entre o jogar e as esferas social e comunicacional em que o jogador está inserido.

Essa dimensão torna-se evidente com a emergência de fenômenos relacionados ao videogame e aos jogos digitais a partir do momento em que passam a integrar o cotidiano sob a forma de práticas e condutas sociais, nos modos de ser e na sociosfera composta por jogadores e entusiastas que não fica restrita à fronteiras geográficas. Boellstorff afirma que:

À medida que ganha importância, o jogo afeta cada vez mais toda a panóplia da mídia interativa, da televisão ao cinema, passando pelos telefones celulares e pela Internet, em todas as suas encarnações. O jogo também modela as atividades do mundo físico de maneiras inesperadas, incluindo as vidas daqueles que não jogam ou participam de mídia interativa. (BOELLSTORFF, 2006, p. 33)

Já P. David Marshall afirma que enquanto a indústria busca meios para lidar com a questão sobre direitos autorais e o uso de suas propriedades intelectuais, os jogadores se apropriam e tomam para si os elementos desse meio assim formando sua própria cultura (MARSHALL, 2004). Essa apropriação da qual Marshall fala demonstra o poder que os jogadores de videogame exercem ao provocar interferências que geram novos aspectos nos jogos, seja no uso final a que destinam os jogos, seja na inclusão de elementos por meio de modificações no sistema do jogo. Alguns dos títulos que vieram a se tornar esportes eletrônicos são frutos dessa interferência no sistema do jogo para sua modificação.

Retomando parte do que foi desenvolvido no primeiro capítulo, desde os primeiros anos da indústria de jogos digitais temos indícios de um potencial de desenvolvimento de uma cultura do videogame. Quando *Pac-Man* foi criado, o personagem não ficou somente restrito ao jogo, tornou-se um ícone dos jogos de *arcade* que estampou roupas, objetos de uso pessoal e brinquedos além de uma série em desenho animado. O mesmo pôde ser visto em outros personagens como Mario e Sonic que, além de protagonizar uma disputa comercial entre a Nintendo e a Sega no que ficou conhecido como Guerra dos Consoles, representam parte da cultura do videogame nos anos noventa.

Assim como os personagens integravam o cotidiano das pessoas por meio de produtos e bens de consumo que não se restringiam aos jogos, os torneios utilizados como forma de promoção exemplificam que os jogadores não queriam só competir, eles queriam mostrar que jogavam videogame. Os jogos vinham conquistando seu espaço em relação a outras mídias por meio de seus personagens, produções

Figura 22: *Pac-Man Ghostly Adventures*. Série animada criada em 2013.



Fonte: *Pac-Man Ghostly Adventures* (2013).

Figura 23: *Pac-Man* série animada produzida pela Hanna-Barbera nos anos 80.



Fonte: *Pac-Man Animated Series*.

em desenho animado veiculadas na televisão, objetos de consumo e eventos promocionais como os torneios. Essas características são próprias de uma cultura de massa e de consumo que capitaliza e propaga seus produtos.

Referente aos processos de produção de *games*, Mia Consalvo (2006) examinou a influência cultural no desenvolvimento de jogos de videogame e defende que o poder que a indústria exerce na produção e distribuição deve ser considerado, já que a medida que o mercado de videogames cresce os desenvolvedores tendem a se dedicar a projetos orientados para alcançar o maior número de jogadores possíveis, o que implica em produzir jogos para jogadores de diferentes países.

Ao buscar a expansão global de seus jogos, as empresas lidam com o problema da tradução o que segundo Consalvo, resulta na impossibilidade de traduzir alguns jogos para outras culturas, já que o processo de tradução demanda em modificar o sentido do jogo quando localizado para culturas diferentes da que foi desenvolvido. A partir da posição de Consalvo, identifico que há casos em que o problema da

localização não está apenas nas questões relacionadas a tradução (textos em geral), mas também, no imaginário do jogo que é característico de uma cultura, por exemplo, Pocky Rocky (1992) é um jogo no qual o jogador controla uma sacerdotisa de um

Figura 24: *Super Mario Bros. Super Show*. Série animada criada em 1989.



Fonte: *Super Mario Bros. Super Show* (1989).

Figura 25: Bens de consumos referentes a *Super Mario Bros*.



Figura 26: *Pocky & Rocky* (1992) para Super Nintendo.



Fonte: *Pocky & Rocky* (1992).

templo shintoísta chamada Pocky (Sayo-chan na versão japonesa) que com seu companheiro de aventura, um *Tanuki* (criatura mítica do imaginário folclórico japonês que é representada como um guaxinim) chamado Rocky (Manuke na versão japonesa) enfrenta *yokais* (classe geral utilizada para denominar criaturas sobrenaturais do imaginário folclórico japonês) que foram colocados sob um feitiço. Em sua aventura, Pocky utiliza como arma *o-fudas* (talismãs em formato de papel que são utilizados como amuletos) para atacar os *yokais* inimigos. Embora o jogo tenha a versões europeias e americanas, é quase que impossível localizá-lo por completo já que isso descontextualiza o imaginário do jogo, portanto, em sua pesquisa Consalvo enfatiza que o pesquisador deve considerar as ações e decisões tomadas pelas empresas desenvolvedoras, já que essas ações possuem estreita relação com a cultura nos/dos videogames. Nas palavras de Consalvo:

Os pesquisadores de jogos precisam examinar as práticas de tais empresas, bem como as decisões específicas que estão tomando sobre coisas como quais jogos produzir, quais licenças de cultura popular adquirir e quais mercados expandir (e quais evitar). Somente examinando a cultura e sua produção, podemos entender melhor o mundo da cultura e suas configurações sempre mutáveis. (CONSALVO, 2006 , p. 133)

Figura 27: *Pocky & Rocky* (1992) para Super Nintendo.



Fonte: *Pocky & Rocky* (1992).

Figura 28: *Pocky & Rocky* (1992) para Super Nintendo.



Fonte: *Pocky & Rocky* (1992).

Durante a expansão do mercado de videogames nos anos oitenta e noventa, era comum que as versões japonesas e americanas apresentassem diferenças após a localização dos jogos. Essas diferenças podem ser encontradas nas artes das capas dos jogos, na tradução de algum texto ou até mesmo na modificação parcial de elementos dos jogos para atender o público de uma região específica. *Super Mario Bros 2* japonês é um jogo totalmente diferente do *Super Mario Bros 2* americano. No

Brasil, alguns jogos da Sega passaram por modificações em seu imaginário ao terem seus personagens originais trocados por personagens populares na cultura brasileira.

Figura 29: Comparação entre *Super Mario Bros 2* japonês (esquerda) e *Super Mario Bros 2* americano (direita). *Super Mario Bros 2* japonês é um jogo similar ao primeiro *Super Mario Bros* com uma arquitetura de nível diferente e a possibilidade de o jogador escolher jogar com Luigi. *Super Mario Bros 2* americano é um jogo totalmente diferente da versão japonesa. Posteriormente, *Super Mario Bros 2* japonês veio a ser disponibilizado na coletânea *Super Mario All-Stars* com o nome de *Super Mario Bros. The Lost Levels*.



Fonte: *Super Mario Bros 2* (japonês) (1986), *Super Mario Bros 2* (americano) (1988), *Super Mario Bros. The Lost Levels*. (1993)

A indústria desenvolveu uma cultura de consumo do videogame ao promover seus jogos e personagens massivamente não só por meio dos jogos, mas por bens de consumo e de produtos que estão relacionados ao imaginário do jogo. A localização de jogos para uma região ao mesmo tempo que descontextualiza o jogo original, o recontextualiza para os público de uma região específica. Parte da cultura do videogame se desenvolve então em meio a políticas de venda e promoção que buscam conquistar o maior número de jogadores possíveis.

O videogame é parte de uma indústria de tecnologia e comunicação de massa que tem como objetivo primário entreter pessoas. Essa indústria investe no desenvolvimento de tecnologias para proporcionar uma experiência interativa cada vez mais complexa para o maior número de jogadores, pelo menos é que ocorreu após o “Crash de 83”, no qual o mercado de videogames sofreu um grande prejuízo dado a imensa quantidade de jogos parecidos. Edgar Morin escreve que a “cultura de massa é o produto de um diálogo entre uma produção e um consumo” (MORIN, 2018, p. 36). O diálogo que ocorre entre a indústria de jogos de videogame e os jogadores é parte de uma relação que vêm construindo os fenômenos relacionados à cultura dessa mídia desde o início de sua história, sendo que esse diálogo não é apenas comercial. Há uma sociosfera nesse sistema complexo que provoca mudanças por parte dos atores sociais (jogadores nesse caso) que são um dos pilares que sustentam a ecologia dessa mídia e que, em uma cultura do videogame, influenciam nos rumos que a indústria de videogame vem tomando por meio do consumo e do uso que dão aos jogos. Adrienne Shaw, pesquisadora que se dedica a estudar a identidade *gamer* e as questões de representabilidade nos jogos, desenvolveu um trabalho sobre o videogame na cultura no qual afirma que:

Definir a cultura de jogos como algo distinto e separado de uma cultura tradicional construída nos incentiva a estudar apenas aqueles que se identificam como jogadores, em vez de jogos mais dispersos. Ou seja, deveríamos olhar para os videogames na cultura e não para os jogos como cultura. Os videogames permeiam a educação, tecnologias móveis, exposições de museus, funções sociais, interações familiares e locais de trabalho. Eles são jogados por muitos, se não todas as idades, gêneros, sexualidades, raças, religiões e nacionalidades. (SHAW, 2010, p. 416)

Shaw defende o estudo do videogame em suas implicações na cultura e nos diferentes usos a que é destinado como parte do cotidiano. Uma das suas características midiáticas está na configuração do espaço para jogar e para reunir jogadores.

Inicialmente foram as casas de *arcade* (anos 80), posteriormente as *lan houses* (anos 2000) e, atualmente (anos dois mil em diante), arenas para competições de *E-Sports* e espaços que abrigam os espectadores que assistem a essas competições. No caso dos *E-Sports*, o grande número de pessoas que as competições atraem demonstra o que no aspecto da cultura no pensamento complexo é descrito por Edgar Morin como a “legitimação cultural dessa tendência” (MORIN, 2011, p. 38), legitimação esta que ocorreu processualmente com a institucionalização do videogame em parte por estímulos comerciais, como novo meio que trazia para o público uma nova linguagem audiovisual na qual há um processo interativo em que o jogador controla a imagem. Por outro lado, tendências emergiram de reuniões voluntárias, sem nenhuma interferência de empresas desenvolvedoras, como no caso da *Fighting Game Community* (reunião de jogadores que competem em jogos de luta e teve origem nos Estados Unidos) que se organizou para promover torneios de *Street Fighter* e outros jogos de luta.

Por ser um fenômeno que está em relação com o desenvolvimento tecnológico, as inovações nas formas de interação com o jogo tornaram-se frequentes principalmente após a entrada da Nintendo no mercado, que passou a oferecer experiências narrativas equilibradas com a experiência ludológica em seus jogos. Além disso, a frequência das competições até a formação de um cenário profissional, como são apresentados os *E-Sports*, aumentou com o passar do tempo colocando em campo para discussão o aspecto social dos jogos digitais como forma de reunir pessoas e de considerar jogar videogame como atividade esportiva. Mesmo o *E-Sport* sendo algo recente na história dos videogames, competir nos jogos digitais é algo que existe desde o princípio, porém em menor escala. Há uma observação de Morin a respeito da complexidade da cultura que diz:

Dentro da própria evolução cultural jorram acontecimentos, as descobertas, as invenções, as criações. Alguns desses acontecimentos esperam na sombra antes de serem fecundados e fecundantes [...] (MORIN, 2011, p. 100)

Pac-Man foi o primeiro personagem a ser introduzido nos jogos. *Super Mario* e *The Legend of Zelda* popularizaram a narrativa do herói que sai em uma jornada para salvar a princesa. *Final Fantasy* contou a história de um grupo de heróis que deve salvar o mundo, deixando de lado o problema local para um problema de nível mundial na narrativa do jogo. Por outro lado, as pessoas se reuniam para competir pela maior pontuação, principalmente nos jogos de *arcade*. A partir do pensamento de Morin,

percebo que na cultura do videogame há esse processo de emergência de qualidades que foram instauradas no início do fenômeno, como um germen rudimentar que se desenvolveu com o tempo a partir de suas formas iniciais: personagens, narrativas, imaginários, elementos de *game design* e atividades sociais relacionadas a tudo o que envolve o videogame.

Em outro aspecto, os jogos digitais são caracterizados como uma mídia pela qual temos acesso ao imaginário de culturas diferentes em jogos que as apresentam a sua maneira. *Valkyrie Profile* conta sobre o *Ragnarok* dos mitos nórdicos por meio da Valquíria Lenneth e *God of War* traz o imaginário dos mitos gregos ao colocar o jogador no controle de um herói violento que enfrenta o panteão olímpico. Esses jogos mantêm de forma peregrina fragmentos do período clássico da mitologia. Dessa forma, o videogame conserva, traduz e reatualiza o imaginário como meio de narrar e manter aspectos da cultura dos povos e na preservação da memória de eventos históricos. Um exemplo nesse sentido é *Medal of Honor*, jogo de tiro em primeira pessoa ambientado na Segunda Guerra Mundial. Morin fala sobre a forma como “a cultura oferece-nos uma linguagem, um saber, uma memória, uma comunicação, uma possibilidade de trocas, verificações e refutações” (MORIN, 2011, p. 98). Parte da cultura do videogame está nessa forma de diálogo com culturas diferentes, diálogo este que possibilita o jogador navegar por espaços criados em ambiente digital e ter a experiência de interagir com o imaginário e personagens de outras culturas.

Das interações entre jogadores, meios de comunicação, empresas desenvolvedoras, diferentes

Figura 30: *Valkyrie Profile: Lenneth* (PSP) (2006).



Fonte: *Valkyrie Profile: Lenneth* (PSP) (2006).

manifestações comunicacionais surgiram criando uma rede de relações. Na cultura do videogame encontramos exemplos de como boatos falsos e brincadeiras do Dia da Mentira implicaram no processo criativo de alguns jogos. Uma das “lendas urbanas” dos games mais populares foi criada pela revista de games *Electronic Game Monthly* (EGM), nos Estados Unidos em 1992. Na versão para *arcade* de *Street Fighter II*, ao escolher o lutador Ryu e vencer a luta, em uma tela seguinte aparece uma imagem de Ryu com a frase: “*You must defeat Sheng Long to stand a chance*” (Você deve derrotar Sheng Long para ter uma chance). A tradução correta deveria ser: “*You must defeat Shoryuken to stand a chance*”. *Shoryuken* é um dos golpes característicos do lutador Ryu. A partir desse erro de tradução, a revista publicou uma matéria como forma de brincar com os leitores na qual ensinava os procedimentos para enfrentar o suposto lutador secreto. O procedimento descrito na matéria era algo quase impossível de ser feito, porém, muitos jogadores tentavam sem sucesso. O boato se referia a Sheng Long como mestre dos lutadores Ryu e Ken e que era um dos lutadores mais poderosos do jogo.

A brincadeira feita pela *EGM* no dia da mentira percorreu o mundo, jogadores enviavam cartas para a revista perguntando sobre o lutador secreto e com o tempo isso influenciou no processo de criação de jogos posteriores a *Street Fighter II*. O

Figura 31: *God of War III* (2010).



Fonte: *God of War III* (2010).

Figura 32: *Street Fighter 2* (1991).



Fonte: *Street Fighter 2* (1991).

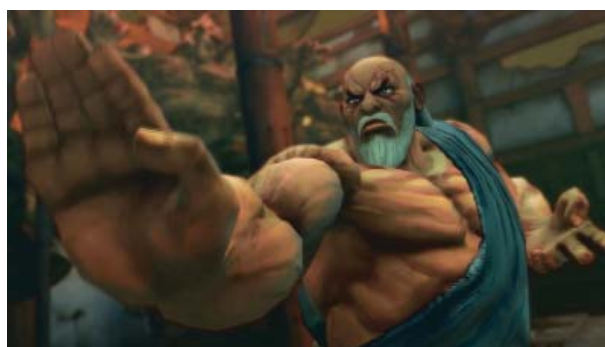
boato criado sobre a existência de Sheng Long deu origem ao lutador Akuma em 1994, que tem seus ataques e movimentos especiais baseados na lenda criada sobre o mítico lutador. Em uma história em mangá do ano de 1993 chamada *Street Fighter: Ryu*, produzida a partir do imaginário de *Street Fighter*, foi apresentado o mestre de Ryu e Ken, Gouken, que veio a integrar o elenco de lutadores em *Street Fighter IV* no ano de 2008. Ambos Akuma e Gouken nasceram de uma brincadeira do dia da mentira que foi utilizada pela equipe de criação de *Street Fighter* para os jogos e produtos da série.

Figura 33: Akuma (esq.) em *Super Street Fighter 2 Turbo* (1994).



Fonte: *Super Street Fighter 2 Turbo* (1994).

Figura 34: Gouken em *Street Fighter 4* (2008).

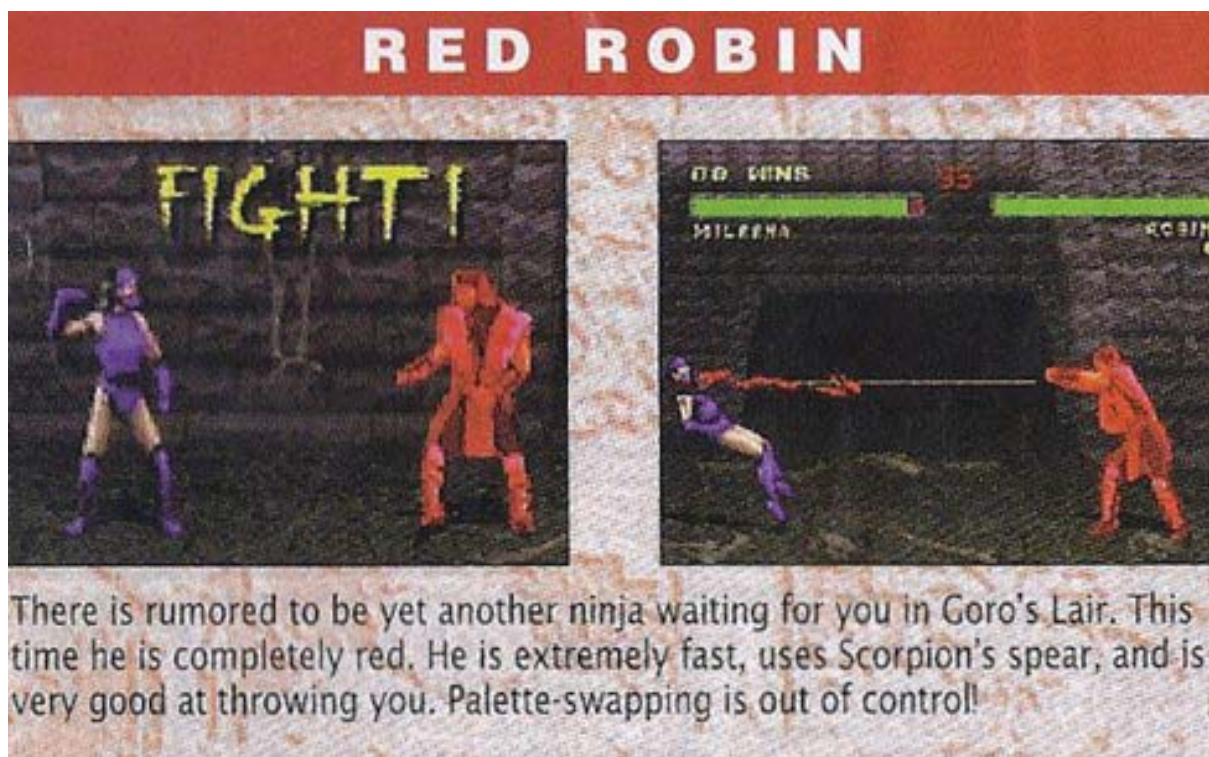


Fonte: *Street Fighter 4* (2008).

Nos anos 90 a revista *EGM* foi responsável por publicar algumas matérias a respeito de personagens e segredos dos jogos que quase ninguém conhecia e que na verdade eram brincadeiras e boatos. Outro personagem dos jogos de luta que nasceu a partir dessas matérias foi Ermac, da série *Mortal Kombat*. O primeiro *Mortal Kombat* (1992) para *arcade* exibia uma tela de diagnóstico do funcionamento do jogo no qual o próprio sistema avaliava alguns erros possíveis que ocorriam durante o funcionamento da máquina. Abaixo da contagem de quantas vezes o último lutador do jogo foi enfrentado e vencido aparece um item chamado “*ERMAC*”. Em *Mortal Kombat* havia um lutador secreto chamado Reptile que só seria enfrentado após o jogador cumprir alguns requisitos. Em algumas telas de diagnóstico, abaixo do item de contagem de quantas vezes Reptile foi enfrentado e vencido, aparecia o termo Ermac. Os jogadores de *Mortal Kombat* começaram a propagar que havia outro lutador secreto, o que fez com que a *EGM* publicasse matérias falando sobre o possível personagem até o momento que receberam uma foto do jogo em que um dos personagens era um ninja com o *design* similar aos lutadores Scorpion (ninja amarelo), Sub-Zero (ninja azul) e Reptile (ninja verde), porém, com a cor vermelha em sua roupa. Após a publicação

da foto foi constatado que se tratava de uma imagem manipulada, porém não foi o bastante para cessar os rumores a respeito de Ermac.

Figura 35: Página da revista EGM (1993) com a matéria sobre o boato de Ermac.



Fonte: Revista EGM dos Estados Unidos (1993).

Na criação de *Ultimate Mortal Kombat 3* em 1995, a equipe de desenvolvimento se aproveitou da lenda criada pela comunidade de jogadores e incluiu um lutador ninja com a roupa vermelha chamado Ermac no jogo. Com o tempo foi esclarecido que “Ermac” era na verdade uma sigla utilizada na tela de diagnóstico do primeiro *Mortal Kombat* referente a um erro chamado “error macro”, que faz com que os personagens ninjas do jogo tenham um tom avermelhado em suas cores.

Figura 36: Ermac em *Ultimate Mortal Kombat 3* (1995).



Fonte: *Ultimate Mortal Kombat 3* (1995).

Os boatos a respeito de personagens ou segredos do jogo criados por jogadores ou então por revistas são presentes na cultura do videogame e muitas vezes influenciaram no processo criativo de alguns jogos. A comunidade de jogadores de *Diablo* criou e propagou na internet o boato de que os jogadores poderiam acessar um nível do jogo chamado “cow level”, no qual enfrentam uma horda de vacas armadas. O boato tomou grandes proporções e fez com que a Blizzard, produtora do jogo, adicionasse uma área secreta chamada “cow level” em *Diablo II* no qual o jogador, assim como nos boatos, possa lutar contra as vacas.

Em sua maioria, os boatos a respeito de elementos secretos nos *games* não passavam de brincadeiras feitas por uma revista de games ou por um grupo de jogadores ou fãs, mesmo assim, esses relatos foram propagados. Por sua vez, o número de pessoas que tentavam sem sucesso realizar o feito de provar que tal boato era verdade mostra que na relação entre jogo e jogador, o boato desperta essa conduta exploratória que por sua vez foi percebida pelas desenvolvedoras, resultando em elementos adicionados no processo criativo de alguns jogos. Maffesoli escreve que a “experiência compartilhada gera um valor e funciona como vetor de criação” (MAFFESOLI, 2009, p. 14). Com base no que venho desenvolvendo ao longo deste trabalho, percebo que o vetor de criação descrito por Maffesoli frui de forma espontânea a partir de relações não determináveis e da interação entre elementos da complexidade que encontro na cultura dos videogames.

Boatos a respeito de personagens e outras manifestações que surgem como brincadeiras são apropriados pelas desenvolvedoras que dão forma à essa criação espontânea que parte dos jogadores e as inserem nos jogos. Compreendo que,

Figura 37: *Secret Cow Level*.



Fonte: *Diablo II* (2000)

dessa forma, é característico de alguns dos processos que envolvem o imaginário dos jogos de videogame esse diálogo que compreende as práticas comunicacionais encontradas na cultura do videogame de modo que até um boato pode ser fonte para criar. Essa criação é resultado de uma relação entre as muitas partes possíveis que se comunicam. Jhon B. Thompson ao analisar aspectos da cultura moderna afirma que:

[...] a vida social não é, simplesmente, uma questão de objetos e fatos que ocorrem como fenômenos de um mundo natural: ela é, também, uma questão de ações e expressões significativas, de manifestações verbais, símbolos, textos e artefatos e que procuram entender a si mesmos e aos outros pela interpretação das expressões que produzem e recebem. (THOMPSON, 2011, p. 165)

Com base em Thompson, penso que as interações comunicacionais presentes nesse fenômeno trazem um enriquecimento para a cultura do videogame no qual os processos que envolvem a criação dos jogos podem buscar inspiração nessas formas de expressão, como as do Dia da Mentira realizadas pela revista *EGM*, que hipotetizam a existência de um segredo escondido no jogo. Os jogadores agem de modo que os boatos ganham caráter de verdade. Essas relações comunicacionais dão frutos com base nas ideias (os boatos) que por sua vez são propagadas, desenvolvidas e então retornam para serem amadurecidas e integradas ao sistema do jogo pelas desenvolvedoras, que encontram nessas expressões significativas uma fonte para a criação.

O videogame como meio complexo veio a se tornar esse espaço para a preservação da memória e das práticas culturais que estão relacionadas com o imaginário, com os processos de trocas que se dão entre jogador e jogo, entre jogadores; meio que conserva aspectos de narrativas mitológicas, que apresenta novas formas de narrar um mito; meio de representar eventos históricos e de reunir pessoas para competir. Constitui um universo próprio com seus mitos, heróis, boatos, personalidades, práticas emergentes, reconfigurações dos hábitos sociais e comunicacionais, características essas que, em relação a uma análise do plano das ideias, Edgar Morin afirma serem “os mediadores necessários nas relações dos homens entre si, com a sociedade, com o mundo” (MORIN, 2011, p. 140). O videogame é um meio de emergência e formação de uma cultura *gamer* com hábitos e atividades próprias. O *gamer* é parte importante dessa cultura pois age em relação aos estímulos do meio que é exposto ao mesmo tempo que estimula a cultura do videogame ao

participar dela.

2.1. O gamer. Ator de uma cultura do videogame.

Ser *gamer* não é apenas uma designação atribuída a jogadores de videogame. Ser *gamer* está vinculado a uma forma de identidade social que é parte da cultura do videogame. Eles não só jogam, eles vivem as imagens e o imaginário dos *games* em seu cotidiano, podem ou não se vestir com roupas que possuem alguma referência a algum jogo; participam de grupos de discussão tanto na internet quanto em reuniões pessoais; alguns fazem tatuagens de seus personagens preferidos; compram estátuas de personagens e acessórios de vestuário; se fantasiam (*cosplay*) igual a um personagem e imitam seus movimentos em uma encenação teatral incorporando o personagem em eventos destinados a reunir jogadores e entusiastas; escutam músicas dos jogos em versões tanto remixadas, orquestradas ou a versão original do jogo; eles se definem como *gamers*.

Figura 38: Cosplayer vestido como Link de *The Legend of Zelda*.



Figura 39: Cosplayers vestidos como os personagens de *Final Fantasy IX*.



Figura 40: Tatuagens baseadas nas artes de *Super Mario* e *The Legend of Zelda*.



Fazer parte de uma cultura do videogame implica em consumir não só o jogo. Os elementos que integram os jogos de videogame podem ser levados para a vida social sob a forma de hábitos sociais e práticas artísticas. Os grupos se unem para partilhar seu afeto seja por um jogo específico, seja por jogos diferentes. Vejo isso relacionado ao que Jacques Rancière tratou como “partilha do sensível”. Rancière diz:

Denomino partilha do sensível o sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um comum e dos recortes que nele definem lugares e partes respectivas. Uma partilha do sensível fixa, portanto, ao mesmo tempo, um comum partilhado e partes exclusivas. Essa repartição das partes e dos lugares se funda numa partilha de espaços, tempos e tipos de atividade que determina propriamente a maneira como um comum se presta à participação e como uns outros tomam parte nessa partilha. (RANCIÈRE, 2009, p. 15)

A partilha do que há de comum entre os *gamers* é fator primordial para suas interações que ocorrem principalmente em ambiente digital, embora ao longo da história dos videogames, os espaços públicos destinados aos jogos como locadoras (principalmente no Brasil), casas de *arcade* e *lan houses* tenham sido o ambiente de encontro casual entre jogadores em um tempo que o termo *gamer* ainda não era empregado para designá-los (anos 80, 90 e começo dos anos 2000).

Figura 41: Arcades.



Figura 42: Lan House.



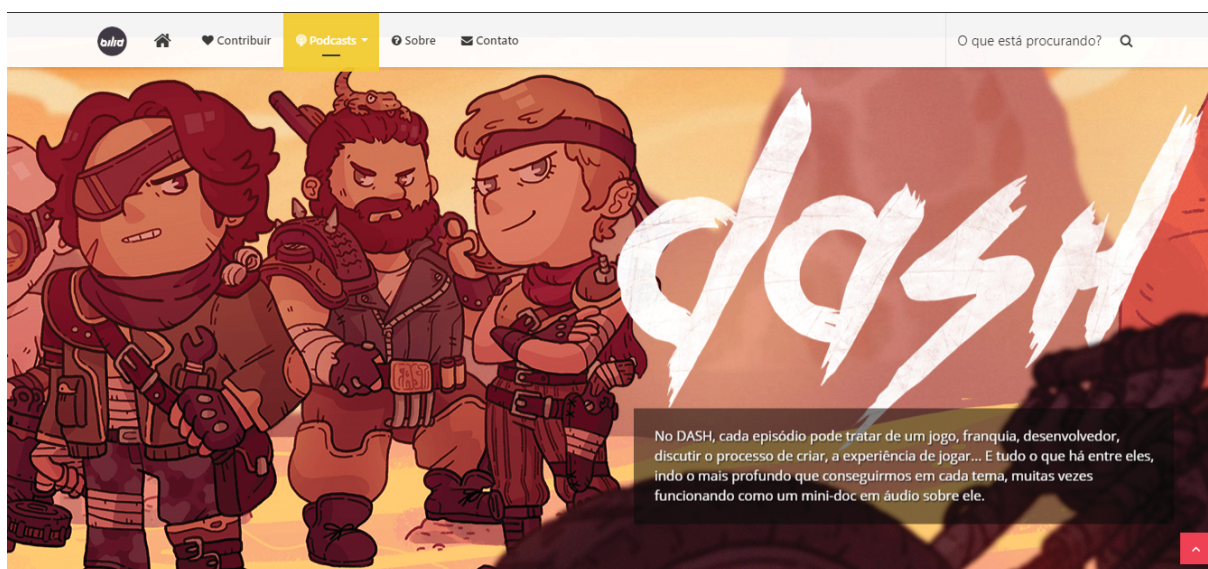
Michel Maffesoli ao analisar as tribos urbanas e suas formas éticas e estéticas de ser constatou que o que consumimos define o reconhecimento de nossa identidade social. O estudo realizado por Maffesoli está relacionado a subculturas formadas em ambientes urbanos e metropolitanos, porém, seus conceitos são transponíveis para o entendimento de uma cultura do videogame. Segundo Maffesoli “todo conjunto social apresenta um forte componente de sentimentos vividos em comum” (MAFFESOLI, 2014, p. 30). No caso dos *gamers*, a experiência no jogo é um fator em comum que eles possuem e essa experiência particular é uma das condições que devem ser levados em conta quando mencionamos o *gamer* como um ator social dentro de uma cultura

do videogame. O sentimento de jogo só é compreendido por quem joga e percebe nesse sentimento um fator de união importante para a formação da identidade *gamer*.

Os meios de comunicação digitais tiveram grande importância para definir a identidade dos jogadores como *gamers* a partir do momento que houve a possibilidade de criarem espaços de comunicação que não dependessem de localizações geográficas. Fóruns de discussão, sites criados por fãs, *podcasts* que falam sobre o tema, canais no *Youtube* para o *streaming* e armazenagem de vídeos de partidas e a criação do *Twitch TV* que é exclusivamente dedicado ao *streaming* de *games* definem novos fatores da complexidade da cultura dos videogames ao longo dos anos. Com o *streaming*, o jogo não é mais apenas jogável, mas também, assistível. Há canais nesses dois meios dedicados apenas a transmitir partidas que podem ser de qualquer jogo. O jogador então passa a executar o papel de um apresentador de um programa audiovisual enquanto seus espectadores que assistem a partida. Manuel Castells ao analisar as redes digitais notou seu poder de mobilização e a forma como causam mudança social e afirma que:

A ascensão das redes de comunicação digital como forma prevalente de interação humana mediada fornece o novo contexto, no cerne da sociedade em rede como uma nova estrutura social, na qual os movimentos sociais do século XXI estão sendo formados (CASTELLS, 2015, p. 56)

Figura 43: Página do programa Dash. Podcast sobre jogos de videogame.

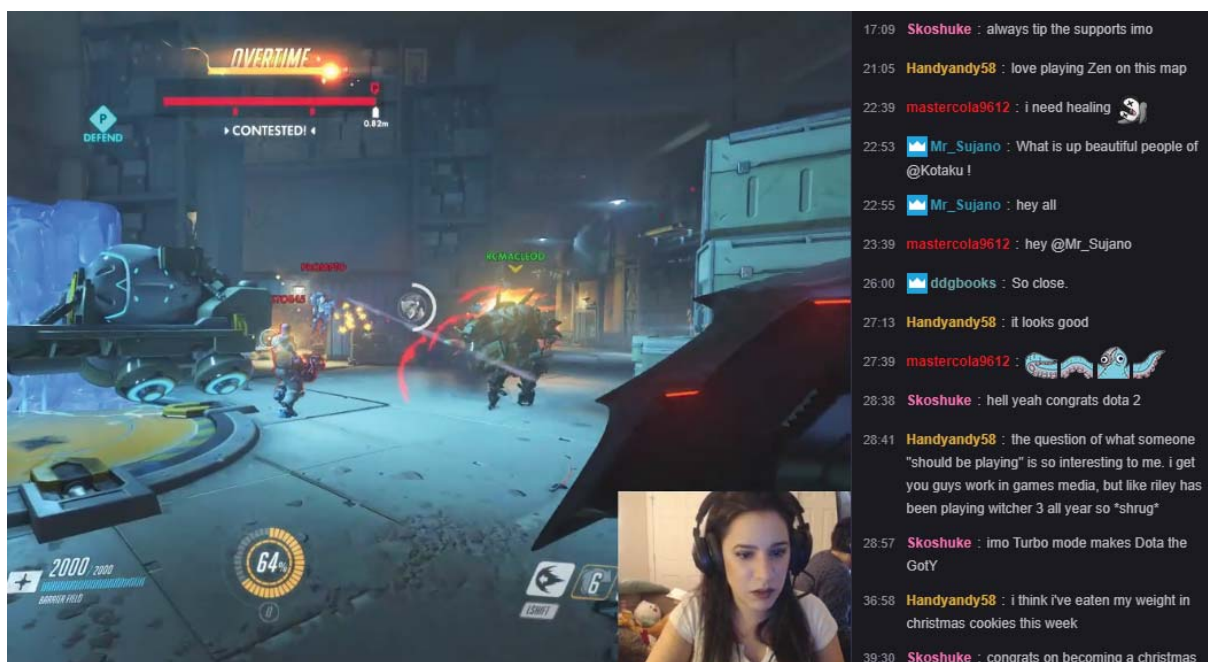


Fonte: <http://jogabilida.de/category/podcasts/podcast-games/dash/>

O *streaming* de jogos de videogame passa a ser parte integrante dessa cultura do videogame na qual jogar videogame é algo que é transmitido e que é assistido por

milhares de pessoas por meio da internet. O *Twitch TV* é uma plataforma destinada ao *streaming* ao vivo de games que oferece a possibilidade de qualquer um montar seu canal e exibir suas partidas. Uma das características desta plataforma está em o jogador poder se mostrar enquanto joga e exibe o jogo. Espectadores interagem por meio de mensagens de texto que são enviadas ao canal do *streamer* (nome dado a quem faz o *streaming*). Benjamin Burroughs e Paul Rama realizaram um estudo no qual consideraram o *Twitch TV* como meio para estudar a adesão do público aos sites de *streaming* sobre videogame. Para Burroughs e Rama, o *Twitch TV* possibilita a “rearticulação do espaço do videogame que solidifica a transmissão como um modo dominante de participação, espectador e diversão” (BURROUGHS; RAMA, 2015, p. 4).

Figura 44: Canal no *Twitch TV*. Além do jogo, é possível ver o rosto do *streamer* e uma janela com as mensagens que são enviadas.



A ascensão do *live streaming* de jogos e sua popularização adicionou mais um elemento à cultura dos videogames. O jogador não é mais alguém que apenas joga, é um apresentador do que joga tornando-se responsável pelo seu próprio programa e em alguns casos, uma celebridade que faz de sua partida um espetáculo que é assistido por outras pessoas. A relevância da transmissão dos jogos tomou grandes proporções ao ponto de consoles domésticos como o Playstation 4 e o Xbox One possuírem integração com o *Twitch TV* para que os jogadores possam transmitir suas partidas. Antes disso, o *streaming* era restrito aos computadores ou então os jogadores

tinham que fazer uso de dispositivos externos aos consoles para exibir o jogo.

Em contrapartida, o *Youtube* possui o *YT Gaming*, destinado a armazenar e transmitir ao vivo conteúdo relacionado a videogames. Com o *Youtube*, os jogadores podem manter seus vídeos e os deixam disponíveis para que sejam assistidos a qualquer momento, sendo que muitos jogadores usam essa forma para criar canais em que não só se exibem jogando, mas dão dicas, comentam sobre lançamentos, analisam jogos. Anterior aos vídeos nessas plataformas, a análise dos jogos era feita por jornalistas de games em revistas e sites por meio de textos e fotos. Atualmente, o jogador é quem comenta o jogo por meio dos vídeos.

O *streaming* ao vivo tem papel fundamental na divulgação e na exibição de torneios de *E-Sports*. Antes mesmo do *Twitch TV* e do *Youtube*, campeonatos eram transmitidos pelo *Justin TV*, um dos primeiros sites de *streaming* e que foi constantemente utilizado para a exibição de campeonatos ao redor do mundo.

A identidade do jogador foi construída ao longo do tempo e principalmente foi enfatizada com o uso da internet em que os jogadores passaram a utilizar meios como o *Youtube* e o *Twitch TV* como forma de transmitir suas partidas, falar sobre videogame, criar fóruns de discussão e sites cujo objetivo era manter um espaço próprio para comunicar assuntos relacionados a videogames. Castells (2018) ao escrever sobre a questão da identidade nas redes analisou o desenvolvimento dos atores sociais e do significado que aflora a partir de um complexo inter-relacionado de atributos sociais. De acordo com Castells:

[...] para a maioria dos atores sociais na sociedade em rede [...] o significado organiza-se em torno de uma identidade primária (uma identidade que estrutura as demais) autossustentável ao longo do tempo e do espaço. (CASTELLS, 2018, p. 55)

A identidade *gamer* tomou seu lugar como identidade social principalmente com uso da internet e das formas que eles se manifestam buscando se posicionar publicamente. O *gamer* é uma forma de ator social que se posiciona no mundo por meio de suas práticas características e de suas preferências culturais. Dentro do jogo, possui um nome próprio, sua *Gamer Tag*, pela qual se identifica para outros jogadores, sendo que muitos *gamers* famosos e ciber-atletas são conhecidos pela sua *Gamer Tag*. Fora do jogo, eles se expressam por meio de algum meio de comunicação (*Twitter*, *Facebook*) para legitimar sua identidade *gamer*. Em 2019, após o trágico

massacre ocorrido em uma escola estadual na cidade de Suzano, São Paulo, o vice-presidente Hamilton Mourão associou a conduta violenta dos assassinos aos jogos de videogame. Prontamente milhares de *gamers* se manifestaram via twitter contra as declarações do vice-presidente com a hashtag³ #somosgamersnaoassassinos. Esse tipo de comportamento dos *gamers* mostra que há um posicionamento público que se manifesta ao ser associado com acontecimentos que eles consideram contrários à sua identidade.

Embora os *gamers* possam ser fragmentados de acordo com o tipo de jogo que jogam (*FPS*, *MOBA*, *MMO*, etc), eles possuem essa identidade fundamental que se posiciona publicamente a favor dos jogos digitais e das práticas que envolvem sua cultura. A respeito do ator social, Bruno Latour escreve que os grupos são “o produto provisório de um rumor constante feito por milhões de vozes contraditórias sobre o que vem a ser um grupo e quem pertence a ele” (LATOUR, 2012, p. 55), portanto, embora haja uma identidade geral, há fragmentações que tipificam o *gamer*, dividindo-os primariamente em *Hardcore Gamer* (jogar videogame é uma atividade prioritária) e *Casual Gamer* (jogar videogame é uma prática cotidiana mas não prioritária), designações essas feitas tanto culturalmente quanto comercialmente. Além de sua participação como promotores de uma cultura, há aqueles que se dedicam à atividades criativas e artísticas relacionadas aos *games*. Essas pessoas voluntariamente desenvolvem modificações em jogos, regravam músicas, criam ilustrações autorais e outras formas de expressão artística com base nos elementos dos jogos.

2.2. A produção artística e cultural a partir dos videogames. Remix, Mod e criação colaborativa.

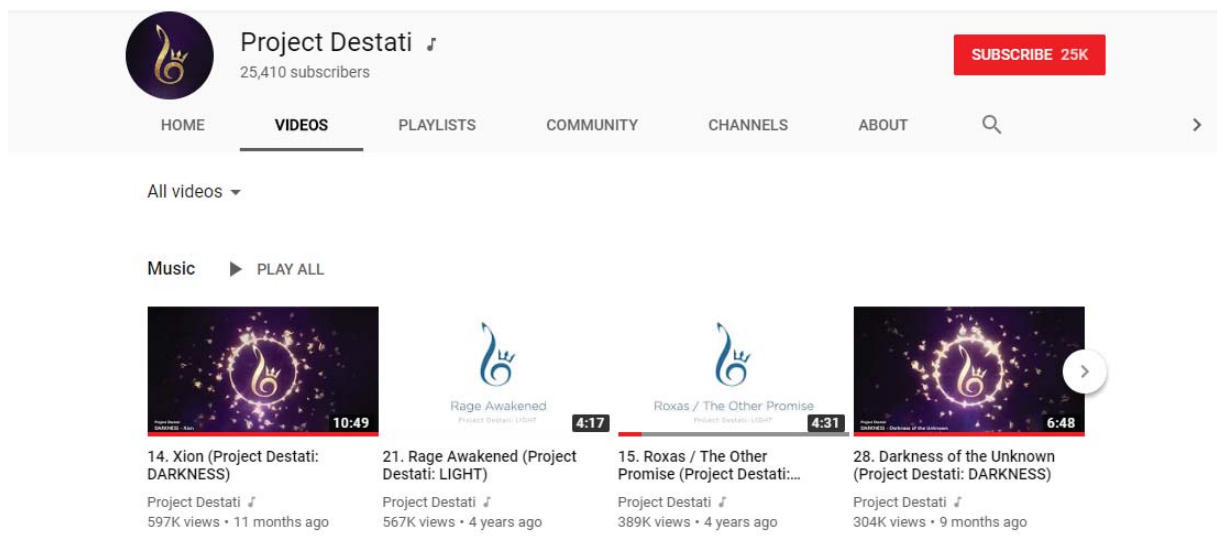
Para alguns jogadores apenas jogar não basta. Há os que criam canais para falar sobre videogame tanto em vídeo quanto em áudio, há aqueles que se dedicam a produzir ilustrações e versões musicais de temas dos jogos. A produção voluntária de conteúdo feita por fãs é característica da cultura do videogame. Nesse tipo de produção os jogadores se apropriam do tema e dos elementos dos jogos para criar suas próprias versões, o que em muitos casos resultou em novos jogos ou em projetos

3. HYPENESS. Gamers respondem associação de massacre a videogames feita por Mourão. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2019/03/gamers-respondem-associacao-de-massacre-a-videogames-feita-por-moura-o/>>. Acesso em 18 de março de 2019.

artísticos que são comunicados por meio da internet.

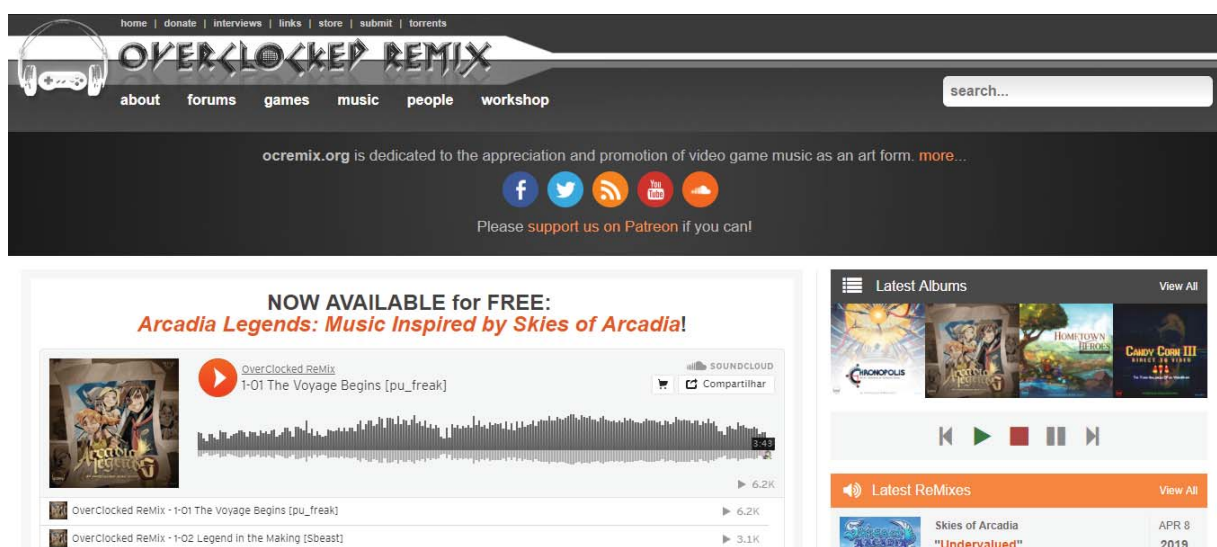
Na música, o projeto *Overclocked Remix* criado no ano de 1999 tem reunido artistas do mundo todo que produzem versões musicais rearranjadas das trilhas sonoras dos jogos dos anos oitenta e noventa em sua maioria. Projetos como esse conservam a memória musical das trilhas sonoras que originalmente tem a qualidade do som definida pela capacidade do processador de áudio dos consoles. Há projetos temáticos como o *Project Destati*, que reúne compositores que regravam os temas da série *Kingdom Hearts* e também projetos orquestrais que se apresentam publicamente em espetáculos com um repertório composto de temas musicais populares dos jogos.

Figura 45: Página do *Project Destati* no Youtube.



Fonte: <https://www.youtube.com/user/ProjectDestati/featured>

Figura 46: Página do *Overclod Remix*.



Fonte: <https://ocremix.org/>

Além da música, há ilustradores que se dedicam a produzir artes referentes a algum jogo ou então misturando personagens de diferentes jogos. Alguns produzem histórias em quadrinhos baseadas na história de algum jogo específico, expandindo a narrativa que o jogador experienciou no jogo. Há também quadrinhos independentes baseados no imaginário *gamer* que busca narrar o cotidiano de um jogador.

Uma prática mais radical em termos de criação é encontrada no processo de modificação de jogos (*mod/modding*), uma atividade que se mostrou um método para o desenvolvimento de jogos a partir da personalização dos elementos do jogo, seja por alteração de alguma característica ou parâmetro (personagens, regras), da inclusão ou exclusão de algum componente ou então da sua total modificação para dar origem a um novo jogo.

Uma das principais particularidades deste processo está em sua atividade deliberada que ocorre a partir do interesse do jogador/programador/*designer* em alterar o *software* original por meio de aberturas no sistema que permitem a modificação de suas qualidades e características. A criação artística a partir de elementos originais dos jogos foi se tornando algo comum nessa relação entre jogador e jogo, agora também uma relação entre o jogador *game designer* e jogo. Lucia Leão, a respeito dos processos que envolvem a arte do *remix*, escreve que esse processo é um “processo de edição e utilização de fragmentos de materiais pré-existent, com o objetivo de gerar novas obras” (LEÃO, 2016, p. 93). Nesse processo o artista faz uso de outras linguagens para produzir novas obras a partir da linguagem do videogame, num processo em que, baseado nos temas originais, deriva e adiciona novas qualidades, reconfigurando a obra original para uma forma diferente de representação. Por outro lado, temos a modificação parcial ou completa do *design* de jogos que dão origem a novas obras.

A modificação de jogos se mostra um processo de autoria a partir de uma obra já finalizada. É um processo de aprendizado no qual o modificador se dedica a um projeto de alteração de sistema e que depende de um esforço coletivo, já que raramente uma única pessoa consegue se dedicar a realizar por completo alterações em jogos. Walt Scacchi (2011) define a atividade de modificação de jogos digitais como um processo de extensão de *software*, conceito importante para o aprendizado do desenvolvimento de jogos. Scacchi define quatro tipos de modificação nos jogos que podem ser identificados:

1. Customização de interface de usuário: Alteram as possibilidades que o jogador possui ao interagir com jogo, restringindo ou ampliando seu campo de ações. Conferem a possibilidade do jogador alterar os parâmetros de aparência utilizados em seu personagem por meio de itens estéticos. Possibilita a troca de cores ou elementos estéticos da interface do jogo.

2. Conversão de jogos: As conversões alteram elementos do jogo, como por exemplo os personagens controlados pelo jogador, adversários e obstáculos controlados pela inteligência artificial; adicionam e permitem acesso a itens, armas e novos mapas para explorar; alteram as regras e a mecânica do jogo.

3. *Machinima*: Utiliza elementos do jogo para criar produções com finalidade audiovisual narrativa ao alterar o jogo para utilizar seus elementos para contar uma história produzida pelo modificador que narra sua própria experiência com o jogo.

Um dos projetos de *machinima* mais conhecidos é a série *Red vs. Blue*, que utiliza elementos da série de jogos *Halo* para criar uma história de comédia envolvendo os esquadrões vermelho e azul. A série que começou utilizando os elementos já estabelecidos nos arquivos do *game design* do jogo passou a ser animada por meio de computação gráfica com o tempo, sendo produzida desde o ano de 2003. No *Youtube* há o canal Dorkly, que produz uma série de comédia em animação utilizando a arte de jogos clássicos.

4. Alteração de sistemas fechados: Altera os parâmetros do jogo por meio de tecnologias alternativas com o objetivo de expandir a experiência de jogo. Modificações completas são feitas dando origem a novos jogos que

Figura 47: *Red vs. Blue*.



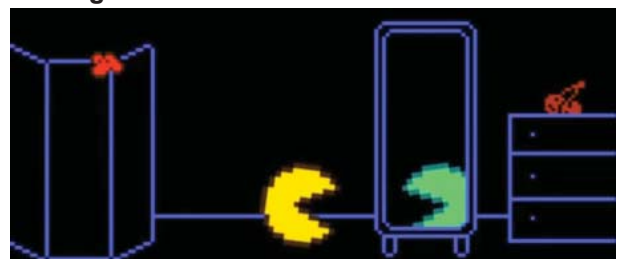
Fonte: Red vs. Blue, Temporada 1, episódio 2.

Figura 48: *Super Mario Election*. Bowser vs. Peach.



Fonte: Dorkly

Figura 49: *The secret life of Ms. Pacman*.



Fonte: Dorkly

fazem uso do sistema de um jogo anterior.

O processo de modificação de jogos faz uso de ferramentas que possibilitam o acesso aos componentes que constituem o todo do *design* do jogo. Essas ferramentas são chamadas de kits de desenvolvimento. Em alguns casos, há empresas de jogos que fornecem esses kits para os jogadores poderem explorar o *software* e aprenderem de forma autodidata ou pela participação em grupos de desenvolvimento que compartilham experiências e conhecimento sobre engenharia de *software*. Esse mesmo processo colaborativo que possibilita a construção de um conhecimento coletivo a respeito do desenvolvimento de *software* autoral tem como aspecto negativo a pirataria de jogos, que acaba por produzir todo tipo de alteração sem a permissão do detentor dos direitos autorais para fins comerciais.

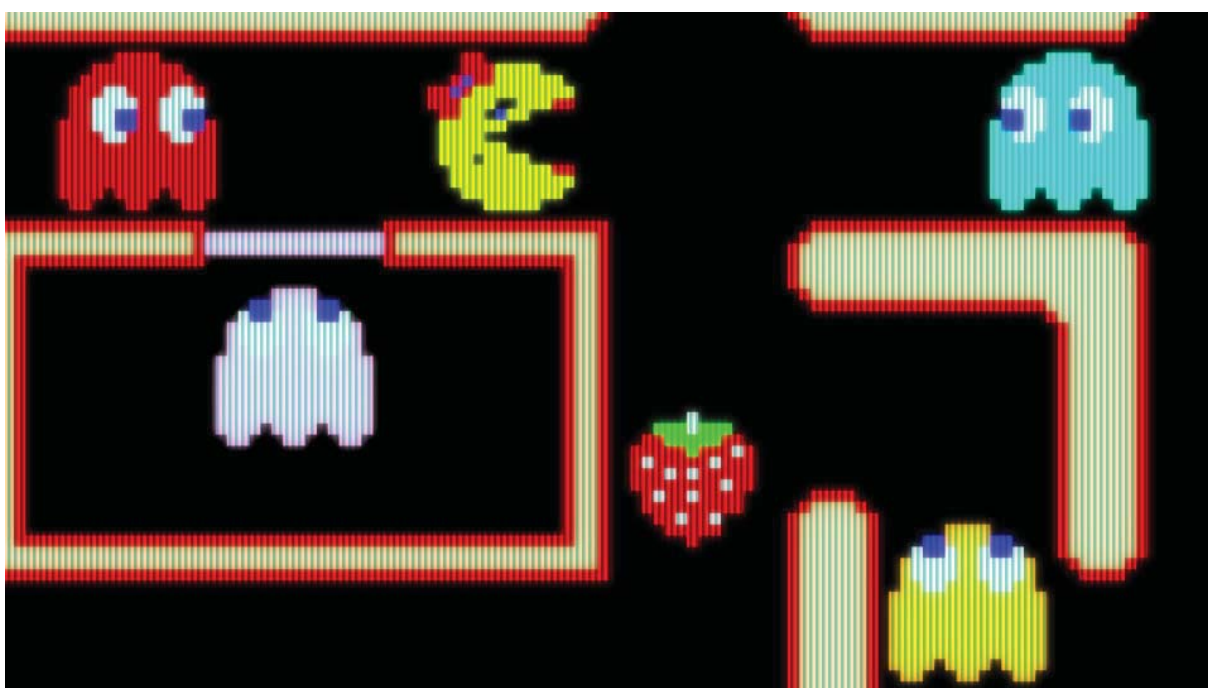
Uma prática similar é encontrada na atividade chamada *Rom Hacking*, que busca alterar os arquivos de jogos antigos para consoles, em sua maioria com a finalidade de traduzi-los para um idioma no qual não foram originalmente disponibilizados, tornando possível o acesso para mais jogadores por meio de emuladores que reproduzem nos computadores o sistema de um console. Muitos jogos que só foram distribuídos no Japão ganharam versões em inglês e até mesmo em português por meio desse esforço que visa dar acessibilidade a jogadores que não dominam outro idioma. A respeito do processo de modificação, Scacchi afirma que:

O modding também demonstra o sucesso dos usuários finais aprendendo a estender o software para criar complementos personalizados de interface de usuário, conversões de sistema, documentários e filmes reproduzíveis pelo uso do sistema, bem como para descobrir vulnerabilidades de segurança. A modulação de jogos, portanto, representa uma forma viável de engenharia de usuário final de software complexo que pode ser transferida para outros domínios. (SCACCHI, 2011, p. 7)

Portanto, o processo de modificação é um meio para a compreensão da complexidade do sistema do jogo que faz uso de ferramentas de alteração que são utilizadas para promover modificações nos elementos que compõem o todo do *software*. Por meio desse processo, o modificador se aproveita das aberturas do sistema para alterar, emergir, derivar parâmetros e qualidades a partir das quais podem surgir novos produtos com base em uma estrutura prévia, mostrando que, dada uma determinada intervenção na complexidade de um sistema como o dos jogos digitais, há a possibilidade de emergência e a criação de novos jogos.

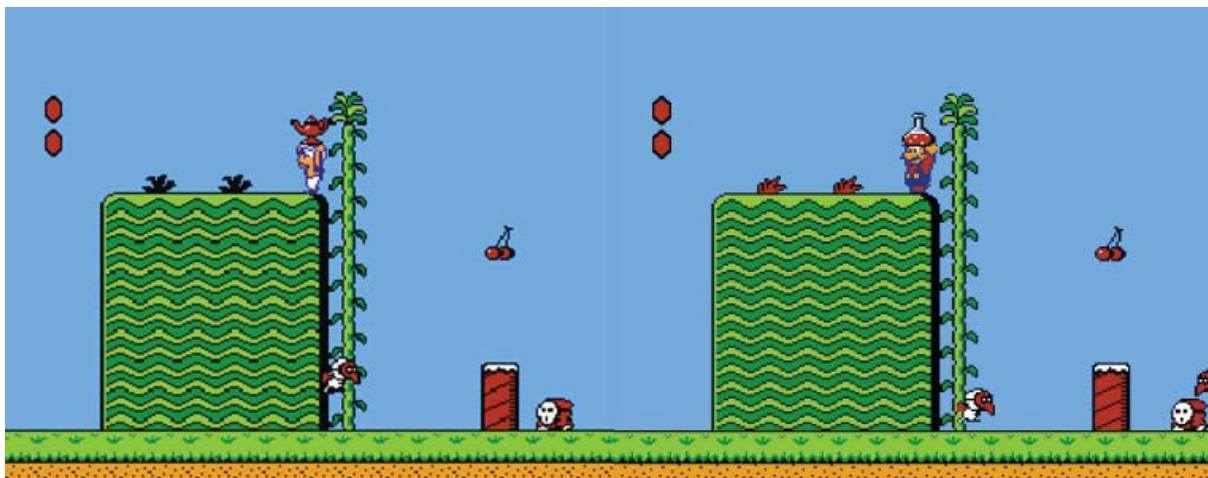
Embora as modificações em jogos sejam mais conhecidas como característica dos jogos de computadores, a ação de alterar o sistema de um jogo original para a modificação de alguns elementos ocorre desde os primeiros anos da indústria de videogame, seja por meio de variações sobre um mesmo elemento, seja para recontextualizar todo um jogo. *Ms. Pac-Man* é fruto de uma modificação não autorizada no sistema original de *Pac-Man* feita pela Midway, empresa responsável pela distribuição de *Pac-Man* nos Estados Unidos. A versão americana de *Super Mario Bros 2* é uma modificação do jogo *Yume Kōjō: Doki Doki Panic*, desenvolvido a partir de uma parceria entre Nintendo e Fuji-Television. Em *Super Mario Bros 2* os personagens jogáveis do jogo original e alguns elementos como os itens foram trocados pelos personagens de *Super Mario Bros* enquanto que as demais características foram mantidas (algoritmo, cenário, narrativa). No Brasil, a empresa Tectoy, responsável por distribuir e localizar os produtos da Sega, adaptou para o país alguns jogos como parte de um projeto de localização. Os jogos *Mônica no Castelo do Dragão* e *Turma da Mônica em o Resgate para Master System* e *Turma da Mônica Na Terra Dos Monstros* são modificações de jogos da série *Wonder Boy*. Era uma prática comum das empresas alterar os elementos do sistema do jogo original para o contexto de algum país, sendo que na maioria das vezes, o sistema era mantido enquanto que personagens e histórias eram substituídos por elementos de outro imaginário.

Figura 50: *Ms. Pac-Man*.



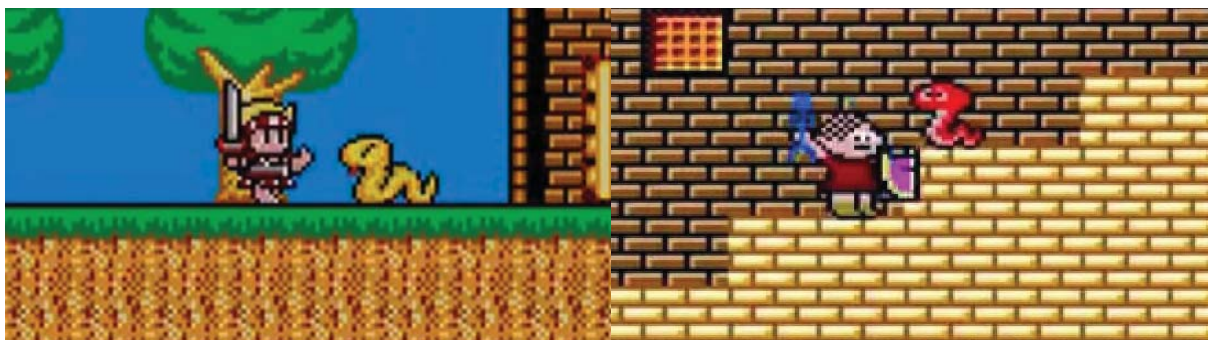
Fonte: *Ms. Pac-Man*, (1981).

Figura 51: Comparação entre *Yume Kōjō: Doki Doki Panic* (esq.) e *Super Mario Bros 2* (dir.). Em *Super Mario Bros 2* houve a troca dos personagens para os do imaginário de *Super Mario*.



Fonte: *Yume Kōjō: Doki Doki Panic* e *Super Mario Bros 2*.

Figura 52: Comparação entre *Wonder Boy in Monster Land* (esq.) e *Mônica no Castelo do Dragão* (dir.).



Fonte: *Wonder Boy in Monster Land* e *Mônica no Castelo do Dragão*.

Figura 53: Comparação entre *Wonder Boy in Monster World* (esq.) e *Mônica na Terra dos Monstros* (dir.).



Fonte: *Wonder Boy in Monster World* e *Mônica na Terra dos Monstros*.

Nos computadores, *Counter-Strike* e *Starcraft: Aeon of Strife* são dois exemplos de jogos que nasceram de uma cultura participatória na qual jogadores se uniram para editar o jogo original, intervir no sistema e criar novos modos de jogo ou até

mesmo novos jogos. Anteriores a esses títulos, a Id Software, ao criar o jogo *Doom*, disponibilizou um sistema de edição de edição que qualquer pessoa poderia utilizar para manipular e criar novos elementos a partir dos arquivos originais componentes do *game*. Esse tipo de atividade caracteriza um estímulo por parte da indústria em liberar ferramentas de edição que os jogadores correspondem ao criar conteúdo e disponibilizar gratuitamente para compartilhamento. A respeito dessa prática, Lev Manovich ao examinar a atividade das modificações em jogos digitais afirma que:

[...] hackear e adicionar ao jogo tornou-se sua parte essencial, com novos níveis amplamente disponíveis na Internet para qualquer um baixar. Aqui estava uma nova economia cultural que transcendia a relação usual entre produtores e consumidores [...] (MANOVICH, 1998)

Quando há a possibilidade do jogador alterar o sistema do jogo por meio de ferramentas de desenvolvimento, há a possibilidade de incluir novos elementos que mantém o jogo em um processo de criação constante por meio de elementos que expandem as qualidades/atributos e trazem o novo para dentro da complexidade do sistema. É um aspecto que entende a importância dos meios de alteração do sistema do jogo com o uso de ferramentas que possibilitam adicionar e modificar a estrutura original tornando possível a emergência de novas qualidades. Em termos gerais, a estrutura fundamental do jogo é mantida ao mesmo tempo que é alterável. Novos elementos são adicionados e modificações são feitas formando novos elementos que se apoiam nas regras fundamentais do sistema do jogo e que podem ou não sofrer alguma variação.

Projetos como modificações em jogos ou outras formas de produção artística que compõem a cultura do videogame tem como característica uma rede de relações que produz arte, conhecimento, meios de comunicação, eventos sociais. Clay Shirky estudou a forma como a participação colaborativa é fundamental para o desenvolvimento da cultura digital. Segundo Shirky: “A revolução não acontece quando a sociedade adota novas tecnologias — acontece quando a sociedade adota novos comportamentos” (SHIRKY, 2012, p. 137). Os atores sociais dessa rede podem ou não se conhecer pessoalmente, mesmo assim, coordenam ações e estabelecem relações que promovem processos de produção de conteúdo de forma colaborativa.

Ferramentas de edição de jogos ou de produção artística bem como meios de comunicação que integrem os participantes dessa cultura de desenvolvimento

livre mudam aspectos da cultura *gamer* e influenciam na indústria de *games* ao dar vida a novos jogos derivados que acabam em alguns casos sendo integrados pela empresa que criou o jogo original que sofreu modificação. Vejo nesse aspecto um fluxo de relações estabelecido entre algumas desenvolvedoras e os jogadores que se apropriam e desenvolvem jogos que alimenta um sistema criativo que se mostra importante para o desenvolvimento de games.

Counter-Strike e *DotA* foram produzidos a partir desses esforços independentes de comunidades que desenvolvem livremente a partir da apropriação dos elementos do jogo. Futuramente, ambos os jogos se tornaram propriedade intelectual da empresa desenvolvedora que criou o jogo original a partir do qual foram criados e tornaram-se dois dos jogos mais jogados em campeonatos de *E-Sports*. Dessa forma, o processo criativo de *games* não está restrito apenas à corporações e equipes de *game designers* profissionais.

Enquanto que os fatores sociais e culturais manifestaram-se formando a cultura *gamer*, jogadores tornaram-se personalidades de um espetáculo midiático e expoentes dessa cultura. *Streamers* são formadores de opinião; os desenvolvedores independentes que trabalham com modificações ganharam notoriedade profissional; os competidores, são chamados de ciber-atletas ou *pro-players*, e é no cenário do *E-Sport* que a competição profissional se desenvolve como parte do espetáculo característico da cultura dos videogames.

2.3. Competições e E-Sports.

As primeiras competições formais de jogos de videogame tinham objetivo promocional. O registro mais antigo de uma competição organizada por uma empresa de videogames foi o *The National Space Invaders Championship*, realizado em 1980 pela Atari. Em 1990 a Nintendo, graças ao sucesso obtido com o seu console Nintendo Entertainment System, promoveu uma série de torneios nos Estados Unidos em um evento chamado *Nintendo World Championship*. Os jogadores competiram em três jogos: *Rad Racer*, *Super Mario Bros* e *Tetris*, que foram modificados para um cartucho único e o objetivo dos competidores era obter a maior pontuação no período de seis minutos e vinte e um segundos. Os campeões do torneio, na categoria menores de onze anos, Jeff Hansen, entre doze e dezessete anos, Thor Aackerlund e acima de

dezoito anos, Robert Whiteman, foram premiados com dez mil dólares, um carro modelo Geo Metro, uma televisão de quarenta polegadas e um troféu dourado do personagem Mario, símbolo da Nintendo.

Figura 54: Campeões do *Nintendo World Championships* de 1990.



Foi nos anos 90 que a indústria de jogos de videogame passou a desenvolver jogos com foco na competição entre pessoas em um mesmo console. Nessa década temos o nascimento de franquias que perduram até os dias de hoje em campeonatos de *E-Sports*. *Street Fighter 2* foi um dos títulos que exemplificam a formalização do fenômeno *E-Sport* como o conhecemos. Por ser um jogo de luta no qual era possível colocar duas pessoas num mesmo console doméstico ou *arcade*, um contra o outro, não demorou a chamar a atenção dos jogadores para a formação de um cenário competitivo informal.

Street Fighter 2 impulsionou reuniões sociais onde jogadores se encontravam para provar quem era o melhor jogador. Nos computadores domésticos, *Doom* foi o primeiro jogo de tiro em primeira pessoa que utilizou da tecnologia de *Local Area Network* (LAN) para conectar jogadores que duelavam cada um em seu computador. Esses dois jogos exemplificam a formação de uma rede social de jogadores que promoveram campeonatos amadores cujo objetivo era se provar o melhor jogador.

Com o crescimento exponencial dessas reuniões de jogadores e a possibilidade de criar fóruns de discussão nos primórdios da internet, não demorou para que essas reuniões tomassem uma proporção maior nos moldes dos primeiros campeonatos de *E-Sports*.

2.3.1. Do *Battle by the Bay* ao *EVO. Evolution Championship Series*.

O *Evolution Championship Series*, popularmente conhecido por *EVO*, é um torneio anual de jogos de luta aberto a qualquer competidor que se inscrever. Sua origem está em um torneio chamado *Battle by the Bay*, realizado no ano de 1996 em Sunnyvale, California, com os jogos *Street Fighter Alpha 2* e *Super Street Fighter II Turbo*. Em 2002 seu nome foi mudado para *EVO* e suas competições passaram a ser realizadas em Las Vegas. Os primeiros campeonatos, ainda sob o nome de *Battle by the Bay* eram realizados em *arcades*, porém em 2004 por decisão da organização, as competições adotaram consoles domésticos. Desde então, o torneio vem sendo realizado pela comunidade de jogadores de jogos luta (*Fighting Game Community*, ou *FGC*) anualmente e jogadores de diferentes países se reúnem para competir no salão de um hotel em Las Vegas.

A *FGC* teve seu começo nas casas de *arcade* em Southern Hill Golfland, Southern California na década de 90. Jogadores se reuniam nesses lugares para disputar quem era o melhor competidor em um determinado jogo de luta. Dessas reuniões de pessoas que partilhavam o mesmo interesse por jogos de luta, nasceram competições organizadas por fãs que mais tarde vieram a se tornar expoentes do cenário competitivo dos *fighting games*. Tom Cannon, jogador que participou das primeiras competições declarou a respeito do fenômeno que envolvia os campeonatos de jogos de luta como algo que “basicamente aconteceu em todos os lugares de uma vez. Jogadores se reuniam em *arcades* para jogar e competir, e era algo natural dizer, “Hey, vamos realizar um torneio!”⁴. (CANNON, 2017). Tom Cannon futuramente veio a ser um dos desenvolvedores do sistema *GGPO*, *software* utilizado para recriar em computadores a experiência de jogar um jogo de *arcade*, incluindo funcionalidade

4. CANNON, Tom. in: LEARNED, Jhon. The Oral History of EVO: The Story of the World's Largest Fighting Game Tournament. Disponível em: <<https://www.usgamer.net/articles/the-oral-history-of-evo>>. Acesso em: 20 de fev. de 2019.

em rede; participou da criação do site Shoryuken, um dos maiores portais na internet sobre jogos de luta e também fundou a Radiant Entertainment, ao lado de seu irmão, Tony Cannon, que em 2016 foi comprada pela Riot Games, empresa responsável por *League of Legends*.

Figura 55: Daigo Umehara (esq.) e Justin Wong (dir.). Final do *EVO* de 2009



Figura 56: *EVO Championship Series*, 2018.



As casas de *arcade* foram de grande importância para os jogos de luta e a comunidade de jogadores. No documentário *FGC: Rise of the fighting game community*,

Seth Killian, um dos entusiastas que estiveram no começo da *FGC*, fala sobre os *arcades* como espaço social para o encontro de jogadores e como esses espaços influenciaram na formação da comunidade. De acordo com Killian⁵, os “*arcades* eram, [...], fundamentais para o desenvolvimento inicial da cena, porque era um lugar social, era um lugar compartilhado [...]”(KILLIAN, 2016). É importante notar na declaração de Seth Killian a definição das casas de *arcade* como um espaço compartilhado por jogadores que dividiam o mesmo interesse. Em um momento no qual não haviam redes sociais digitais como conhecemos hoje, a internet era utilizada para organizar encontros nesses espaços e para desafiar outros competidores. O espaço partilhado também era um local de fomento para relações sociais e fortalecimento da comunidade de jogadores. Seth Killian, doutor em Filosofia e ex-professor da Universidade de Illinois, foi contratado pela Capcom, desenvolvedora da série *Street Fighter*, para trabalhar como gerente de comunidade durante o projeto *Street Fighter IV*. Posteriormente, Killian atuou na Sony Santa Monica e na Radiant Entertainment, atualmente trabalha para a Riot Games.

Na emergência da *FGC*, jogadores competidores ganharam destaque durante campeonatos. Talvez um dos momentos mais memoráveis das competições de *fighting games* é o chamado EVO moment #37, no qual o competidor japonês Daigo Umehara, que veio a ser conhecido como um dos maiores jogadores de todos os tempos, durante uma partida decisiva contra Justin Wong em *Street Fighter 3: Third Strike*, realizou algo que até então se pensava como impossível. Daigo, jogando com o lutador Ken, estava perdendo o último round para Justin, que jogava com a lutadora Chun-Li; Justin realizou como movimento final um golpe especial que imediatamente teve todos os movimentos “aparados” por Daigo. A mecânica de “parry” em *Street Fighter 3: Third Strike* é um movimento muito difícil de ser realizado, pois de forma sincrônica aos movimentos do adversário, o jogador deve mover o direcional do controle para o lado do qual recebe os golpes consecutivamente em sincronia com os golpes recebidos, evitando que seu lutador sofra algum dano. Daigo Umehara aparou catorze golpes consecutivos do ataque especial realizado pelo seu adversário e contra atacou com uma sequência de golpes assim derrotando Justin Wong e colocando seu nome na história dos *E-Sports* por esse feito. Um dos fatores que torna esse momento

5. KILLIAN, Seth. in: MARTINEZ, Esteban. *FGC: Rise of the Fighting Game Community*. 2016. (12'35").

tão único para os jogadores está na habilidade de Umehara lidar com uma situação crítica na qual a derrota parecia ser iminente. Sua reação ao seu adversário mostrou sua habilidade de ler e reagir a movimentos sem o auxílio do som do jogo, que é fundamental para a noção do tempo de reação aos golpes, já que a disputa se deu em um console doméstico em um ambiente no qual a torcida que assistia se manifestava por meio de gritos e aplausos.

Figura 57: EVO Moment #37. Daigo Umehara (Ken) vs. Justin Wong (Chun-Li).



A comunidade de *fighting games* surge de uma relação entre pessoas que compartilham do mesmo espaço e interesse. A criação de torneios fomentados por essa comunidade resultou no maior torneio mundial de jogos de luta, atraindo competidores de diversos países. É um espaço aberto para todos aqueles que querem se provar e dividir experiências no jogo e fora do jogo. Competidores se tornaram expoentes dessa comunidade tanto pela suas habilidades durante as partidas quanto na sua competência em organização, vindo a ocupar cargos em desenvolvedoras de jogos. Certamente, a ascensão desse movimento em torno dos jogos de luta coloca em evidência o poder que as comunidades de jogadores exercem nos jogos

e a importância que deve ser dada a esses jogadores como parte integrante de um sistema de comunicação.

2.3.2. Jogos de tiro em primeira pessoa, *Real Time Strategy* e competições em Lan.

Outro grande evento que surgiu nos anos 90 de grande importância para o desenvolvimento dos *E-Sports* foi o torneio *Red Annihilation*, realizado em 1997, cujo jogo era o sucessor de *Doom*, *Quake*. Com cerca de dois mil participantes, o *Red Annihilation* tinha o apoio da Id Software, empresa desenvolvedora do jogo e o vencedor do torneio levou como prêmio a Ferrari de Jhon Carmack, um dos criadores de *Quake*. O sucesso de *Quake* como um jogo competitivo fez com que *Quake 3*, lançado em 1999 fosse desenvolvido especificamente para ser jogado como um jogo competitivo entre pessoas. Pouco antes de seu lançamento, houve a fundação da *Cyberathlete League*⁶, possivelmente a primeira instituição privada fundada com o objetivo de promover campeonatos, tendo o fim de suas operações no ano de 2008.

No fim dos anos 90, jogos de tiro em primeira pessoa se consolidaram no cenário competitivo. Em 1999 temos o lançamento de *Unreal Tournament* e *Counter-Strike*, ambos jogos importantes para os *FPS*, sendo que o segundo veio a se tornar um dos títulos mais jogados nos torneios de *E-Sport*. *Counter-Strike* é uma modificação feita pela comunidade de jogadores a partir do jogo *Half-Life*, desenvolvido pela Valve Corporation. Percebendo a importância da relação com sua rede de jogadores, que se dedicou a criar mapas e fazer alterações no jogo original, a Valve comprou a modificação e contratou a equipe que a desenvolveu, lançando o *Counter-Strike* como um jogo único, o que resultou no fortalecimento dos laços entre a empresa e o os jogadores.

No fim dos anos noventa, assim como os jogos de tiro em primeira pessoa estavam em ascensão como jogos competitivos, *Starcraft: Brood War*, um jogo do tipo *Real Time Strategy (RTS)* se destacou nas competições de jogos digitais. Ao contrário dos jogos de luta e dos jogos de tiro nos quais os jogadores estavam em confronto

6. *Cyberathlete Professional League*. ABOUT CPL <<http://thecpl.com/about-cpl/>>. Acesso em 11/04/2019.

direto com o adversário, seja trocando golpes ou tiros, nos jogos *RTS* o jogador deve montar um plano estratégico de ações futuras para derrotar o adversário. Assim como *Counter-Strike* nasceu de uma modificação de *Half Life*, uma modificação de *Starcraft* nomeada *Aeon of Strife* definiu o formato que viria a ser chamado *MOBA (Multiplayer Online Battle Arena)* e que inspirou a criação de *League of Legends*. O cenário competitivo de *Starcraft* se desenvolveu principalmente na Coreia do Sul, tendo um circuito organizado com a participação de times.

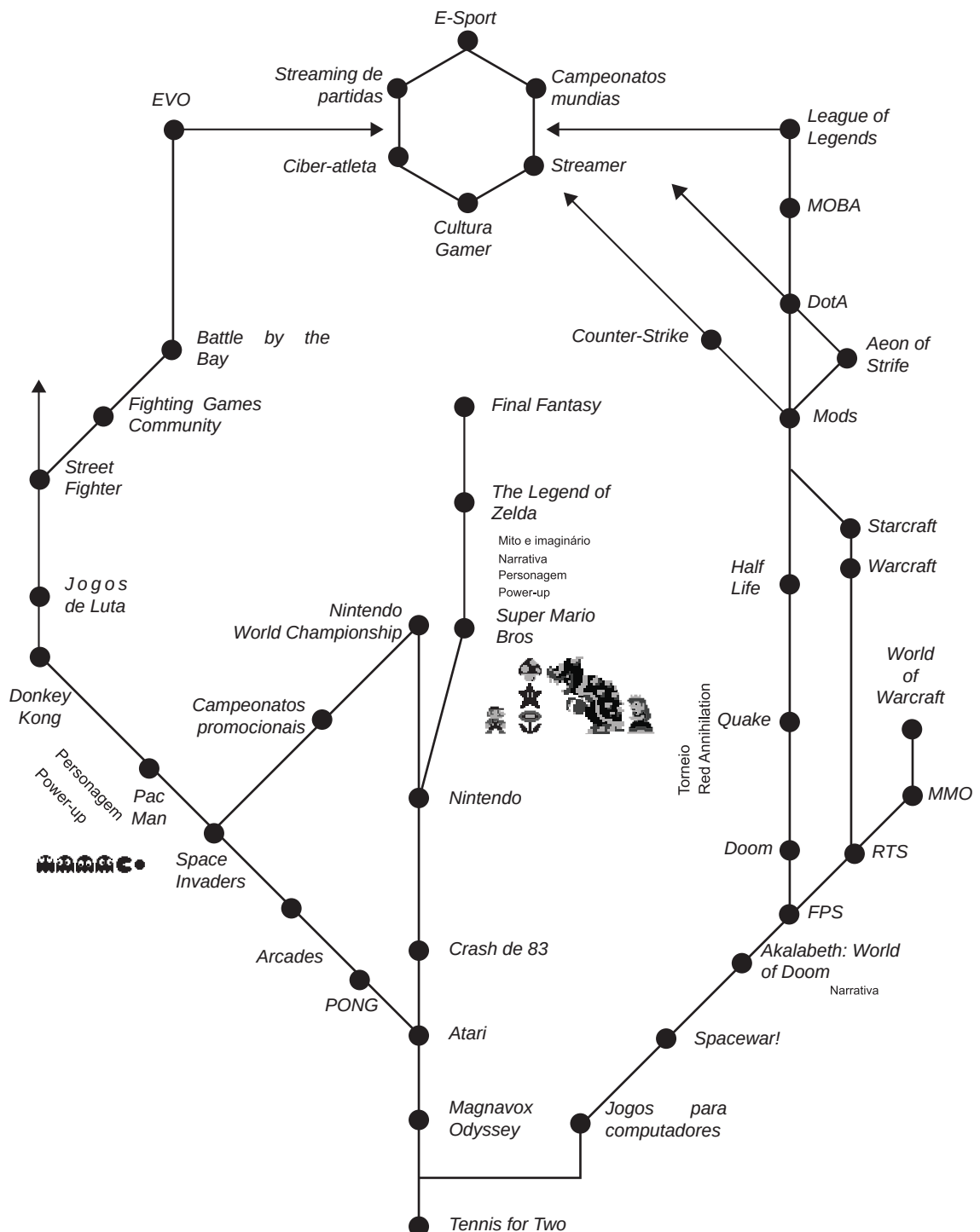
Com o crescimento constante, os torneios amadores e as reuniões informais de jogadores chamaram a atenção de corporações. No início dos anos dois mil temos a fundação de instituições privadas com o interesse em promover campeonatos anualmente, como o *World Cyber Games (WCG)*, a *Electronic Sports World Cup (ESWC)* e a *Major League Gaming (MLG)*, essa última em especial se destacou por não ter como foco apenas um jogo, mas por oferecer campeonatos em diversas modalidades e por ter grandes valores em premiações. Além de torneios oficiais e apoio das corporações que desenvolvem os jogos, temos na Coreia do Sul a criação da *Korean e-Sports Association*, órgão governamental ligado ao comitê olímpico sul coreano para lidar legalmente com as questões relacionadas ao esporte eletrônico. Nesse processo, em 2009 é lançado o jogo *League of Legends*, objeto de pesquisa desta tese que será discutido em capítulo próprio a seguir. É importante destacar que *League of Legends* tem seu papel como um dos jogos mais importantes para a formação de um circuito de competições.

2.3.3. Conclusão da primeira parte.

Ao analisar de forma geral o fenômeno videogame nos capítulos 1 e 2 pude notar que ao longo da história dos jogos digitais foram estabelecidos conceitos de *game design* (personagens, *power-ups*, cenários, narrativa, etc) que são utilizados em diferentes jogos. Além dos jogos, relações sociais e comunicacionais emergiram na complexidade dos videogames ao ponto em que temos a influência dos jogadores na formação de uma cultura que manifesta práticas que resultam na produção de conteúdo feito por fãs (vídeo, música, ilustração) e em processos de modificações em jogos que dão origem a novos jogos. A complexidade do videogame então mostra as relações que são parte do processo criativo do fenômeno que se desenvolve desde

o seu surgimento na qual temos jogadores e fãs como parte desse processo criativo. Para a conclusão desta primeira parte, sintetizo os dois primeiros capítulos no seguinte gráfico:

Figura 58: Trajeto dos jogos de videogame. De *Tennis for Two* aos *E-Sports*.



Fonte: SILVA, Thiago R., (2019)

Capítulo 3

League of Legends

3. *League of Legends*

3.1. Riot Games.

A Riot Games é uma empresa fundada no ano de 2006 por Brandon “Tryndamere” Beck e Marc “Ryze” Merrill, dois amigos desde os tempos do colégio que estudaram juntos na faculdade e dividiram o mesmo dormitório. Desde sua fundação a Riot tem se dedicado a apenas um jogo, o *League of Legends*. Ambos os fundadores jogavam videogames habitualmente e títulos como *Warcraft III* (2002), *Starcraft* (1998) e *Everquest* (1999) estavam entre seus favoritos. Embora o sonho de trabalhar com games tenha sido sempre tema de conversas entre os dois, eles seguiram carreiras diferentes.

Antes de fundar a Riot Games, Brandon Beck trabalhou na Bain & Company, empresa especializada em consultoria sobre comportamento de clientes enquanto Marc Merrill trabalhava no U.S. Bank. Apesar de terem seguido carreiras em áreas diferentes das de quem trabalha com o desenvolvimento de jogos, os dois continuavam a dividir sua paixão pelos *games* e sempre conversavam sobre como os desenvolvedores não demonstravam se importar com as

Figura 59: *Warcraft III* (2002).



Fonte: *Warcraft III* (2002).

Figura 60: *Starcraft* (1998).



Fonte: *Starcraft* (1998).

Figura 61: *Everquest* (1999).



Fonte: *Everquest* (1999).

opiniões dos fãs e jogadores. Um dos principais assuntos de suas discussões era como os desenvolvedores abandonam muito cedo a relação que tinham com o público que jogava seus jogos. Em uma entrevista⁷ realizada no *National Museum of American History*, Brian Beck e Marc Merrill falam sobre uma das motivações que os levaram a fundar a Riot Games como uma empresa que busca manter uma relação estreita com os jogadores. Merrill relata que ele, assim como Beck, com base em suas experiências como jogadores o seguinte:

[...] quando você se importa com um jogo e você o joga por centenas de horas, algumas vezes milhares de horas, você sente um profundo sentimento de ligação, e você quer ajudar, você quer colaborar com o jogo, você quer ajudar a empresa e por isso nós passamos muito tempo sentados em nossas telas, lendo sobre notas ou mudanças [...]
(BECK e MERRILL, 2018, tradução nossa)

É interessante notar na declaração de Merrill o valor que é demonstrado à relação afetiva com o jogo e como esse envolvimento pode implicar na vontade do jogador colaborar com o aprimoramento e manutenção do jogo, o que acredito ser uma característica da “cultura do *fandom*”, na qual os jogadores, nesse caso, buscam participar e influenciar nas decisões relacionadas aos rumos que o jogo toma em questões de desenvolvimento e manutenção. O jogador, dado ao tempo que gasta com o jogo e a relação que estabelece com ele, acaba tendo uma visão única sobre o jogo e pode contribuir com sua opinião sobre o que funciona e o que pode ser mudado, aprimorando a experiência e a satisfação obtida.

A experiência que obtiveram jogando *Warcraft III* e *Starcraft* os fizeram perceber como as comunidades desses jogos se mantinham unidas mesmo após a Blizzard, desenvolvedora de ambos os títulos, partisse para outros projetos, deixando-os de lado. A comunidade de jogadores além de continuar jogando, mantém os jogos vivos⁸ desenvolvendo conteúdo de forma independente e sem nenhuma relação com a desenvolvedora detentora dos direitos de criação. *Starcraft: Aeon of Strife* e *DotA: Allstars* são modificações (*mods*) criados por fãs. Em *Aeon of Strife* há a definição de dois lados opostos competindo entre três rotas possíveis para chegar na base

7. BECK, Brandon; MERRILL, Marc. *Innovative Lives: Pioneers of Esports* - With Brandon Beck & Marc Merrill. 2018. (15m16s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4S46K-MkjCo>>. Acesso em: 07 jan. 2019.

8. Alguns jogos são caracterizados por uma comunidade de jogadores que continuam a desenvolver conteúdo voluntariamente e a se reunir para jogar mesmo que tenha se passado muito tempo desde o seu lançamento. Os processos de modificação (*mods*) costumam trazer novos modos de jogo ao mesmo tempo que criam um ciclo de inovações no jogo que são produzidas pelos jogadores.

adversária, característica essa que é comum aos jogos *Multiplayer Online Battle Arena*, presente em *DotA: Allstars* e que futuramente foi utilizada em *League of Legends*.

Figura 62: *Starcraft: Aeon of Strife*.



Fonte: *Starcraft: Aeon of Strife*.

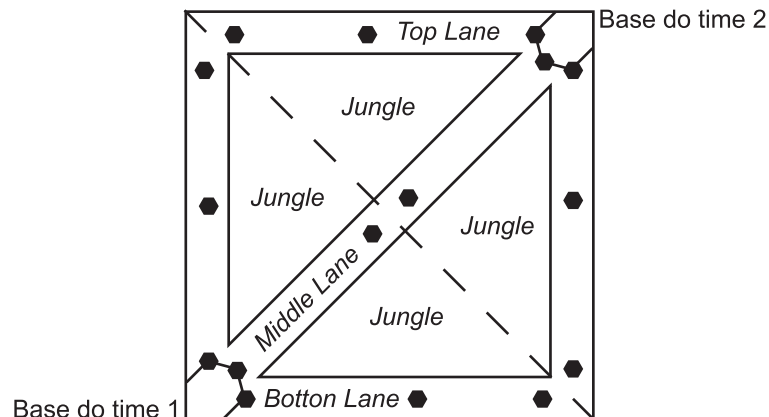
Figura 63: *DotA: Allstars*.



Fonte: *DotA: Allstars*.

A comunidade de jogadores de ambos esses jogos da Blizzard foi responsável pelo desenvolvimento de *Starcrafts Aeon of Strife* e *Warcraft 3's DotA: Allstars*. Os desenvolvedores que trabalharam nesses *mods* definiram a estrutura fundamental do *MOBA*. Essas duas expansões feitas por fãs introduziram os conceitos de *game design* que Beck e Merrill se interessavam em jogar. Quando decidiram dar início ao projeto do jogo que viria a se tornar *League of Legends*, Steve “Guinsoo” Feak, um dos modificadores que trabalhou no desenvolvimento de *DotA: Allstars* foi contratado, bem como outros membros da comunidade de *DotA*, assim formando a primeira equipe da Riot Games.

Figura 64: Estrutura dos MOBA's.



Fonte: SILVA, Thiago R., 2019.

Em seu projeto inicial, *League of Legends* já apresentava as características e a estrutura de um novo conceito de jogo digital que veio a ser definido como *MOBA: Multiplayer Online Battle Arena*. A primeira apresentação do que viria a ser *League of Legends* ocorreu na *Game Developer's Conference* no ano de 2007. Merrill e Beck tiveram muitas avaliações negativas sobre o seu projeto em desenvolvimento tanto sobre o jogo como a forma de distribuição do futuro produto. Com essas avaliações e sem a perspectiva de estabelecer contrato com alguma publicadora que atendesse a proposta de negócio da Riot Games, eles decidiram levantar capital abrindo o projeto para investidores e o nomearam de *League of Legends: Clash of Fates*.

Figura 65: Interface de *League of Legends: Clash of Fates* (2008)



Fonte: *League of Legends: Clash of Fates*.

A primeira versão de *League of Legends: Clash of Fates* foi anunciada em 2008 e a Riot Games estabeleceu um acordo com a empresa chinesa Tencent, que assumiu a distribuição digital *online* do jogo em território chinês. No início, *League of Legends* atraiu grande atenção do público ao redor do mundo. Em pouco tempo, cerca de cem mil pessoas ao redor do planeta jogavam simultaneamente, provando o sucesso imediato que alcançaram e a necessidade de expandir sua infraestrutura, o que fez com que a Riot Games buscasse mais investimentos até o lançamento final do jogo. Numa entrevista⁹ de 2008 ao site Gamasutra, Marc Merrill afirmou que seu público alvo é o chamado “*mid-core gamer*”, um tipo de jogador que não busca por jogos casuais, mas que também não quer ter a mesma dedicação e empenho que os “*hardcore gamers*”, que programam seu dia em função de jogar videogame.

Nesse ponto, Beck e Merrill pensavam no tipo de experiência de jogo que poderiam desenvolver para os jogadores enquanto aprendiam e coletavam dados para etapas futuras do desenvolvimento. A partir da análise dos dados coletados, foi percebido que os jogadores queriam mais experiências similares ao que lhes era entregue; variações do conteúdo que já dispunham para jogar.

No contínuo processo de aprimoramento de *League of Legends*, Beck e Merrill perceberam no decorrer de 2010 e 2011 que os jogadores não apenas gostavam de jogar *League of Legends* mas também se interessavam em assistir outras pessoas jogando. O conhecimento que tinham do cenário de *E-Sports*, principalmente das competições de *Starcraft* já tinha os feito pensar, antes mesmo de fundar a Riot Games em iniciar a sua própria liga, a *Ultimate Gaming League*.

Nos planos iniciais para o desenvolvimento de *League of Legends* não havia o objetivo de torná-lo um *E-Sport*. Esta posição foi mudada graças aos jogadores que organizaram torneios por conta própria, o que fez com que em 2010 a Riot se encontrasse em uma posição na qual teve que apoiar oficialmente as competições de *League of Legends*. Dessa forma foi anunciado um torneio com o nome de “*Season One*”, sendo disputado no festival *Dreamhack Summer* de 2011 ao lado de dois jogos já veteranos das competições, o *Starcraft 2* e o *Counter-Strike*. De acordo com uma matéria publicada pelo site Polygon¹⁰ (2016), Brandon Beck afirmou que não tinha

9. KUMAR, Mathew. Q&A: Riot's Merrill on targeting the 'MidCore' gamer. Gamasutra, 10 de jul. de 2008. Disponível em: <http://www.gamasutra.com/view/news/110320/QA_Riots_Merrill_On_Targeting_The_Midcore_Gamer.php>. Acesso em 18 de nov. de 2018.

certeza se alguém assistiria presencialmente, o que os fez pensar em transmitir o torneio. Beck então percebeu ao atingir 100 mil espectadores simultâneos que *League of Legends* era, conforme suas próprias palavras na matéria publicada, “algo que as pessoas amavam” (BECK, 2016).

Figura 66: Fnatic. Primeira equipe campeã mundial de *League of Legends* (*Dreamhack Summer*, 2011).



Após os resultados do primeiro campeonato no qual a Riot Games se envolveu oficialmente, uma nova equipe foi formada na empresa para lidar com o *E-Sport*, culminando na promoção de uma liga oficial constituída de um calendário anual de eventos, transmissões de partidas com imagem em alta resolução e produção e a formação de um cenário profissional no qual os jogadores passaram a ser profissionais de *League of Legends*. Dessa forma, uma estrutura de relações com o público e os jogadores ganhou espaço dentro do processo de desenvolvimento do jogo. Jogar *League of Legends* não era algo apenas confinado ao jogo, mas sim, algo que tomou um espaço social deixando em evidência a relevância da comunidade de jogadores e a forma como sua desenvolvedora coloca esse aspecto dentro dos seus procedimentos administrativos para mantê-lo em um processo de relações constantes com seu meio.

Em julho de 2012 foram inaugurados os servidores brasileiros de *League of Legends* e em agosto do mesmo ocorreu o lançamento oficial do jogo e o

10. KOLLAR, Phil. The past, present and future of League of Legends studio Riot Games. Polygon, 13 de set. de 2016. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2016/9/13/12891656/the-past-present-and-future-of-league-of-legends-studio-riot-games>> Acesso em: 12 de dez. de 2018.

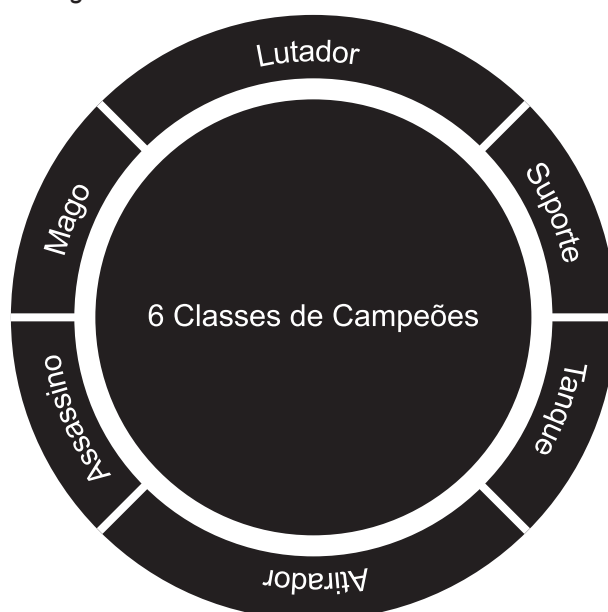
estabelecimento de uma sede da Riot Games no Brasil. Antes do lançamento oficial no país, o *League of Legends* já contava com uma base de jogadores. A partir do seu lançamento em território nacional, o jogo vem se desenvolvendo como um expoente do *E-Sport* no Brasil, com um calendário oficial de torneios, equipes, transmissões semanais de partidas e programas jornalísticos exibidos no *Youtube* e no *Twitch TV* que comentam as etapas semanais do torneio.

3.2. *League of Legends*. Aspectos gerais do jogo.

League of Legends é um jogo online gratuito para computador lançado em 27 de outubro de 2009 inspirado no jogo *Defense of the Ancients (DotA)*. É definido como um jogo do tipo *MOBA (Multiplayer Online Battle Arena)* com elementos comuns aos jogos do tipo *RTS (Real Time Strategy)*, desenvolvido pela empresa Riot Games. Em *League of Legends* o jogador escolhe jogar em uma equipe com três ou cinco jogadores, dependendo do tipo de partida.

Os jogadores tem à disposição cento e quarenta e três personagens (número total em Janeiro de 2019) denominados Campeões que possuem habilidades específicas e que estão divididos entre seis classes: Tanque, Lutador, Mago, Assassino, Atirador e Suporte. Controlando os campeões, os jogadores tem como objetivo avançar em direção ao território do adversário, destruindo as torres de defesa que encontram no caminho até alcançar a base inimiga (*Nexus*) para destruí-la. O jogo começa com os campeões fracos e, conforme o decorrer do jogo, os pontos de experiência adquiridos os tornam mais fortes, ampliando o número de habilidades especiais. De acordo com o avanço do jogo, os Campeões adquirem ouro que é utilizado para a compra de itens e também adquirem atributos temporários ao enfrentar e derrotar monstros que estão espalhados pelo

Figura 67: as 6 classes de Campeões de *League of Legends*.

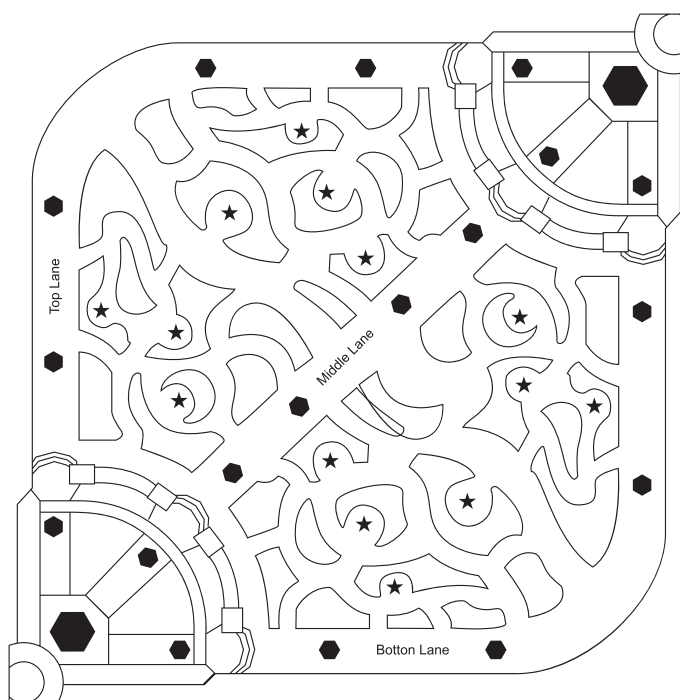


Fonte: SILVA, Thiago R., 2019.

território. São quatro modos de jogo à disposição dos jogadores: *Summoner's Rift* (o mais comum em campeonatos), no qual jogam duas equipes de cinco jogadores cada e o mapa é dividido em três rotas (*Lanes*) de acesso direto para o território adversário; *Twisted Treeline*, com duas equipes de três jogadores e duas rotas de acesso e *ARAM*, com duas equipes de cinco jogadores e apenas uma rota até o *Nexus* inimigo.

O *Summoner's Rift* é o modo de jogo mais comum em torneios. Sua divisão entre três rotas faz com que a equipe se divida de forma estratégica para avançar no território. Na *Top Lane* joga um campeão pertencente a uma classe com atributos referentes a maior poder de ataque e defesa, como os Tanques ou Lutadores; na *Middle Lane* um campeão com habilidades que causam dano em área, como assassinos ou magos e, por último, na *Botton Lane*, Assassino e Suporte são as classes de campeões mais recomendadas.

Figura 68: Mapa *Summoner's Rift*. *Summoner's Rift* é o mapa mais utilizado nas competições de *League of Legends*.



Fonte: SILVA, Thiago R., 2019.

Há também entre as rotas da *Summoner's Rift* uma área chamada de *Jungle*, na qual um personagem fica responsável por derrotar alguns monstros comuns ao cenário e que conferem habilidades especiais aos Campeões. Esse jogador em específico se movimenta por todo o território auxiliando os demais jogadores.

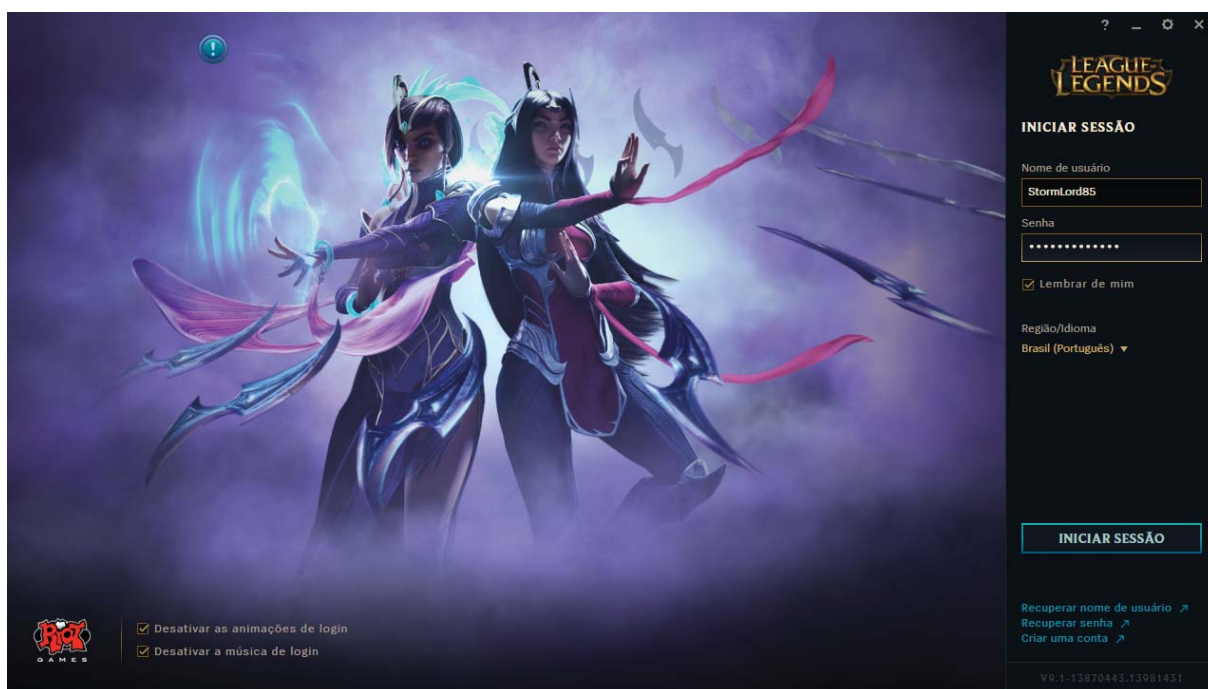
Com o objetivo de avançar pelo território até a área do adversário, os jogadores têm que conciliar suas escolhas formando uma estratégia dinâmica que consiste

em destruir as torres de defesa no caminho, obter ouro para a compra de itens que aprimoram e conferem atributos que potencializam as habilidades dos campeões, ganhar pontos de experiência para que seus Campeões fiquem mais fortes e adquirir vantagens ao derrotar os monstros do cenário. Tudo isso enquanto lidam com a equipe adversária que tem os mesmos objetivos.

3.3. Criando uma conta em *League of Legends*.

League of Legends é obtido por meio de *download* gratuito pelo seu site¹¹. O jogador deve criar uma conta registrando seu *email* e escolhendo um Nome de Invocador que utilizará para acessar o jogo e que será seu nome dentro de *League of Legends*. Ao efetuar o *download*, o jogador instala um cliente pelo meio do qual tem acesso ao jogo e a informações referentes ao universo de *League of Legends*, incluindo notas sobre atualizações, novidades sobre os campeonatos, ofertas de itens, lançamentos e eventos. Vejamos em imagens as telas do cliente de *League of Legends*:

Figura 69: Tela de acesso do cliente de *League of Legends* (Jan. de 2019).

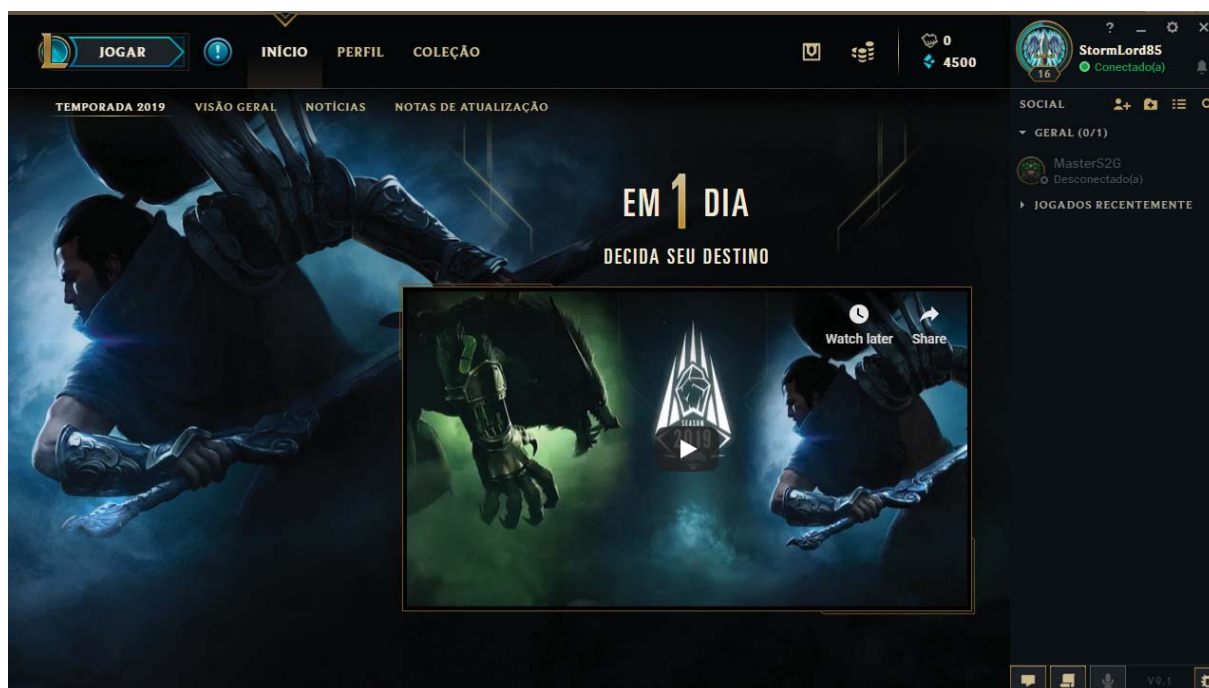


Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

11. <https://signup.br.leagueoflegends.com/pt/signup/redownload>)

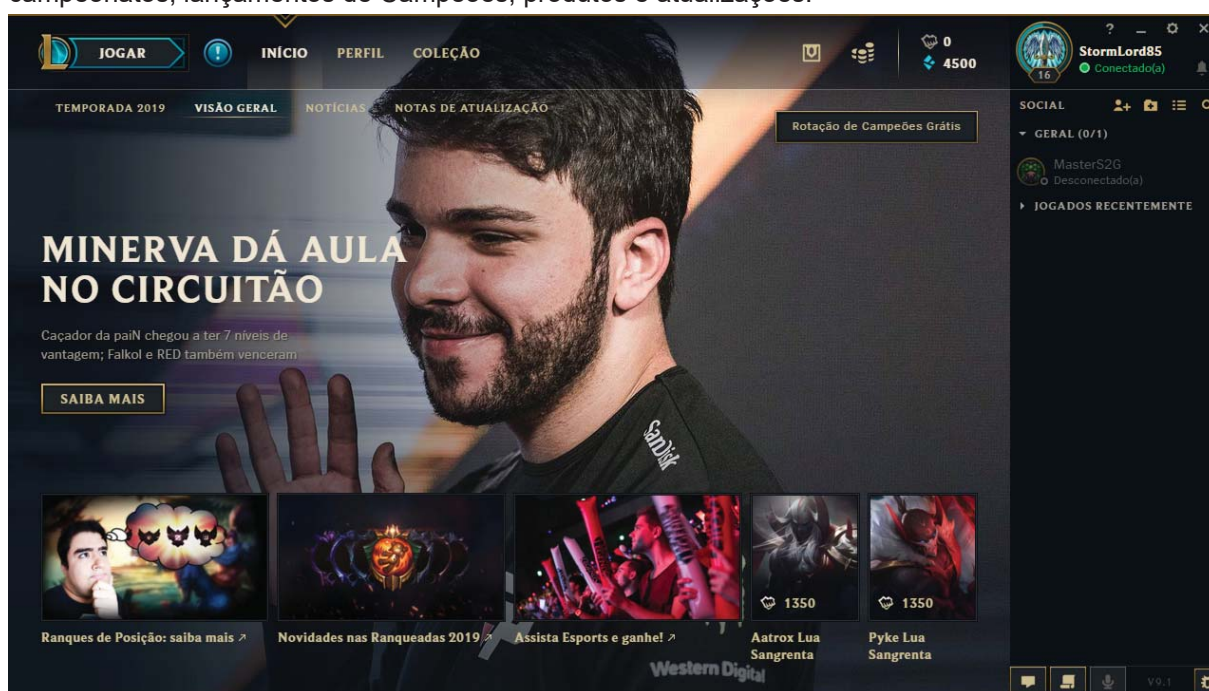
Após a instalação do jogo, o jogador deve acessar sua conta com seu nome de Invocador e senha, após isso, é direcionado para uma tela na qual tem à sua disposição um menu Início, com informações referente à atualizações do jogo. No menu Início temos as seções Visão Geral, Notícias e Notas de Atualização, conforme imagens a seguir:

Figura 70: Tela do menu Início com o item referente à temporada 2019 de *League of Legends* (jan. de 2019).



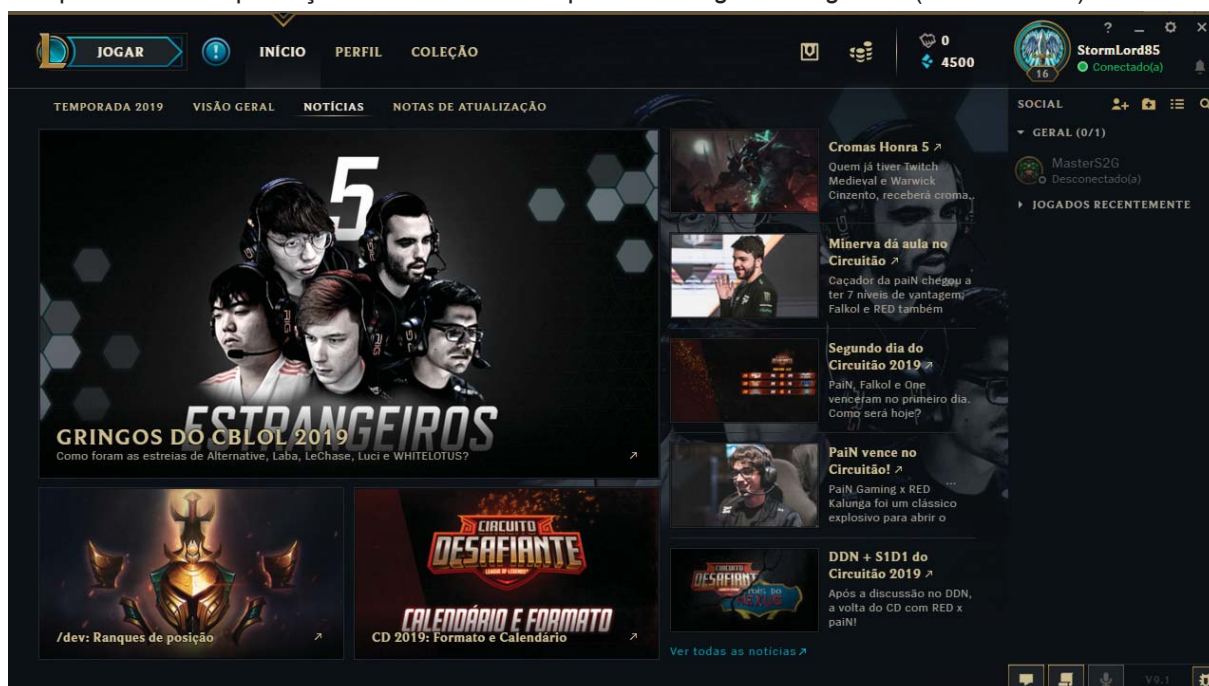
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 71: Tela da seção Visão Geral, na qual o jogador recebe informações sobre o que ocorre nos campeonatos, lançamentos de Campeões, produtos e atualizações.



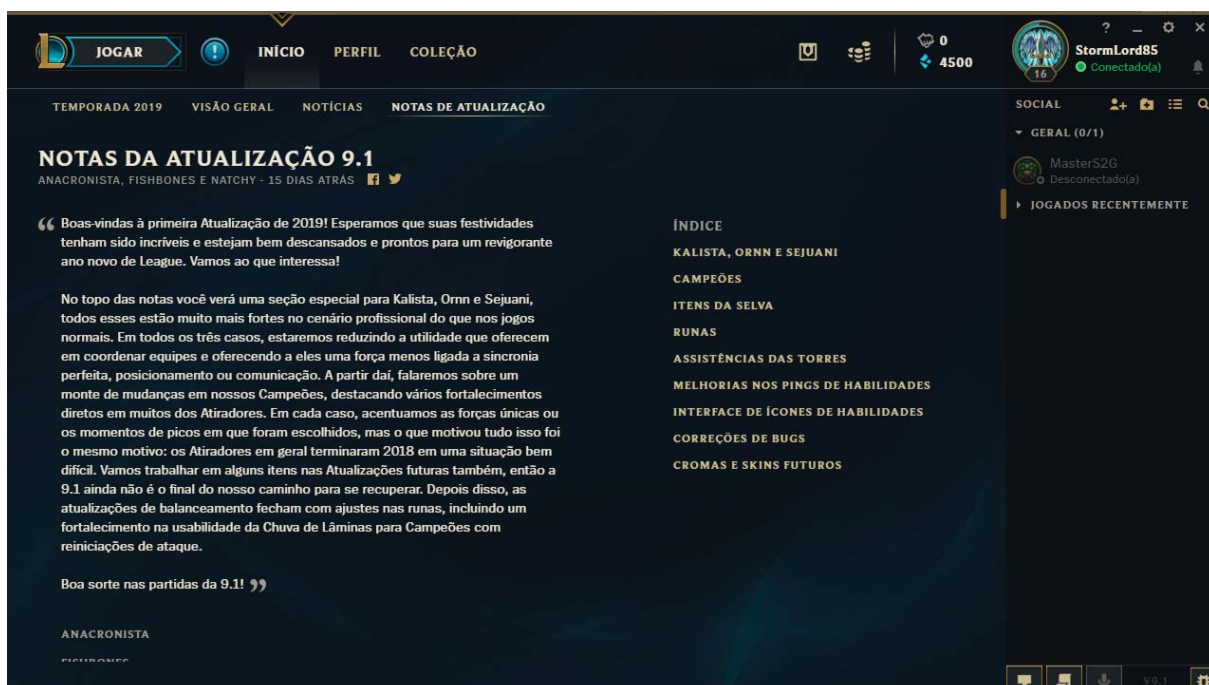
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 72: Tela da seção Notícias. Nesta tela o jogador recebe informações atualizadas a respeito dos campeonatos e da produção de conteúdo a respeito de *League of Legends*. (Jan. de 2019).



Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

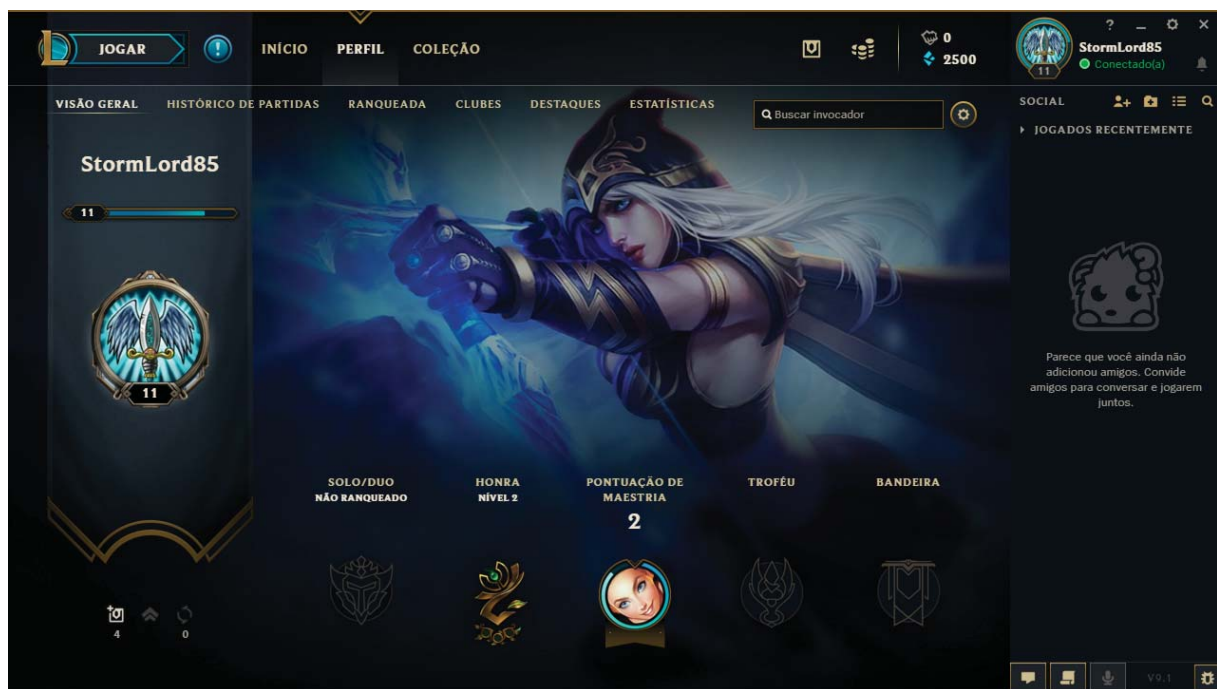
Figura 73: Tela da seção Notas de Atualização. O jogador é informado nesta tela a respeito das mudanças feitas no sistema do jogo, como balanceamento de personagens, modificações no mapa e esclarecimentos a respeito do funcionamento do jogo.



Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

No menu Perfil o jogador tem acesso aos itens Visão Geral, Histórico de Partidas, Ranqueada, Clubes, Destaques, Estatísticas. Vejamos cada seção nas imagens a seguir:

Figura 74: Tela da seção Visão Geral no menu Perfil. Nesta tela o jogador tem como plano de fundo o Campeão que mais utilizou nas partidas, seu nome de Invocador, um ícone com seu Nível de Invocador e dados gerais sobre suas conquistas no jogo.



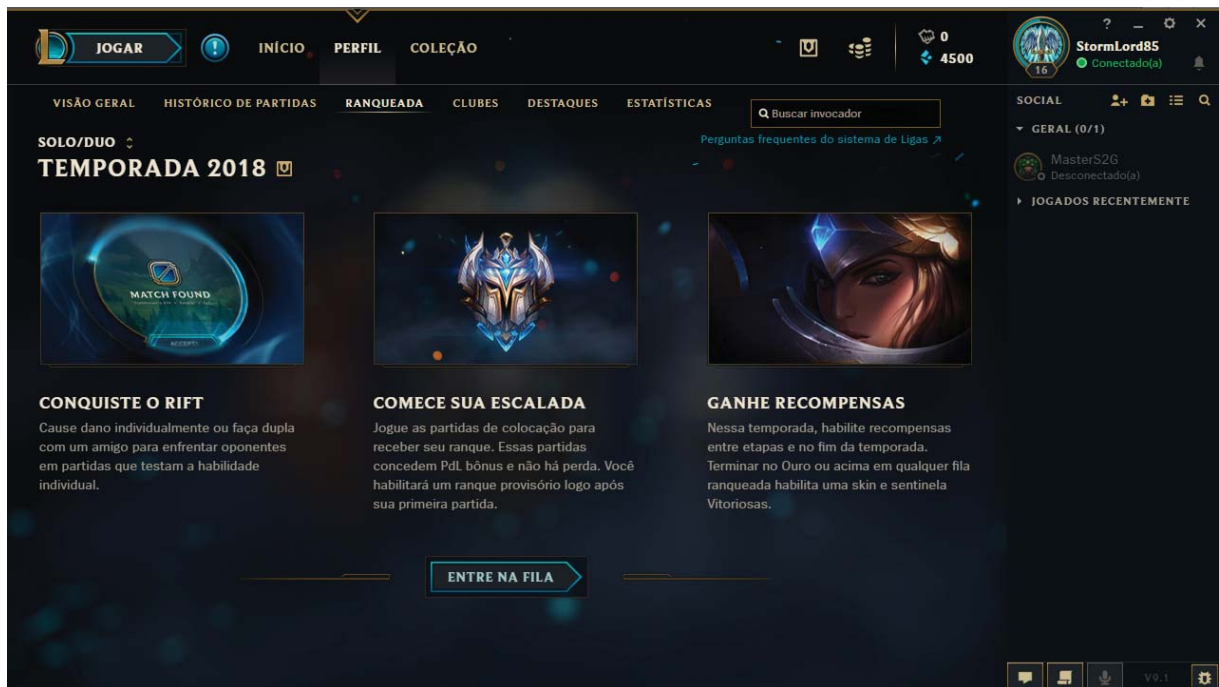
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 75: Tela da seção Histórico de Partidas. Nesta seção o jogador visualiza os dados de suas últimas partidas, incluindo o resultado (Vitória ou Derrota), itens utilizados para equipar seu Campeão até o fim da partida, data, horário da partida, número de Campeões abatidos, número de vezes que morreu, número de assistências prestadas a outro colega de equipe, quantidade de ouro ganho para gastar durante a partida e o total de experiência ganho.



Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 76: Tela da seção Ranqueada. Na seção Ranqueada o jogador tem acesso aos dados referentes à classificação nacional dos jogadores com melhor pontuação no *ranking* de *League of Legends*.



Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 77: Tela da seção Clubes, na qual o jogador pode criar um espaço particular para seus amigos com sala de bate papo para interação.



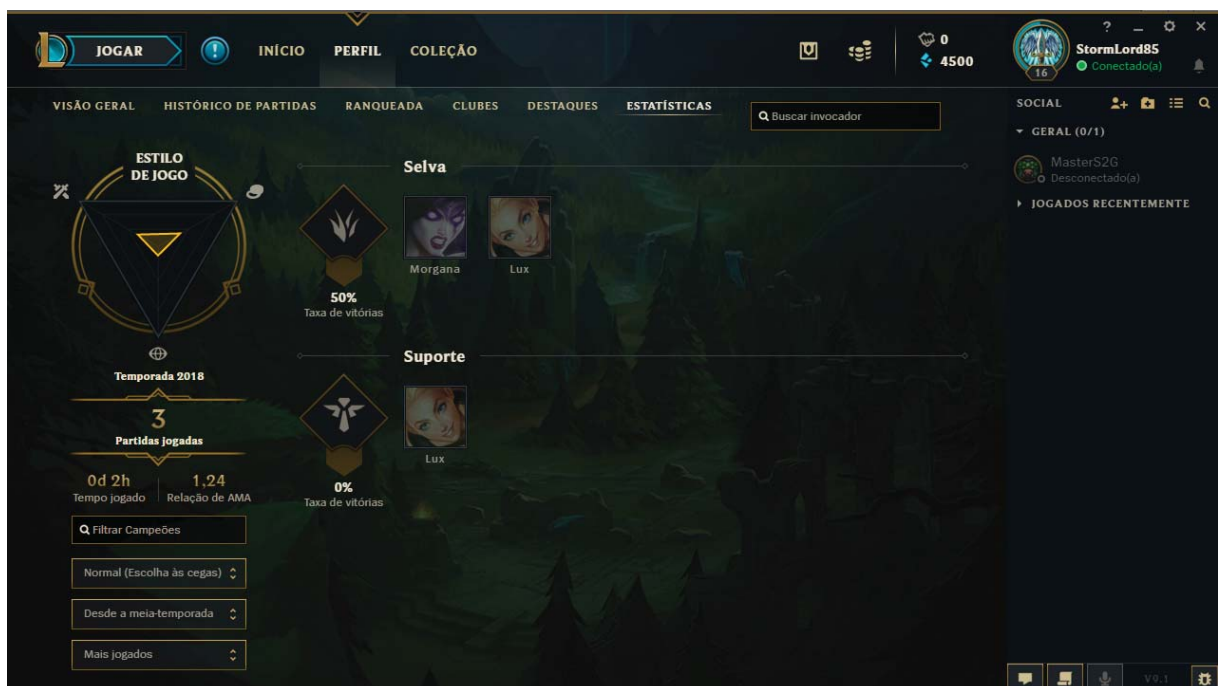
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 78: Tela da seção Destaques. Após uma partida, o jogador pode salvar um vídeo no qual pode guardar os melhores momentos de sua atuação no jogo.



Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

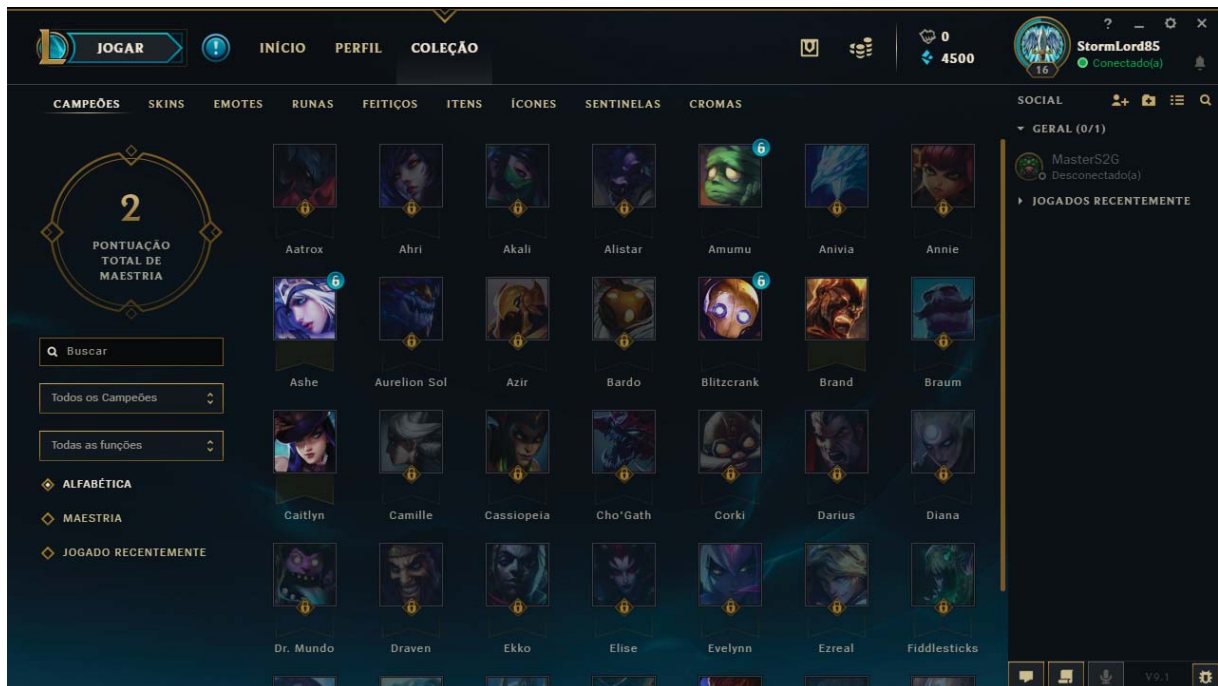
Figura 79: Tela da seção Estatísticas. Nesta tela o jogador tem acesso a dados estatísticos sobre sua atuação, como região do mapa na qual mais atuou, função desempenhada e o estilo de jogo que mais se adequa ao seu perfil conforme atuação.



Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

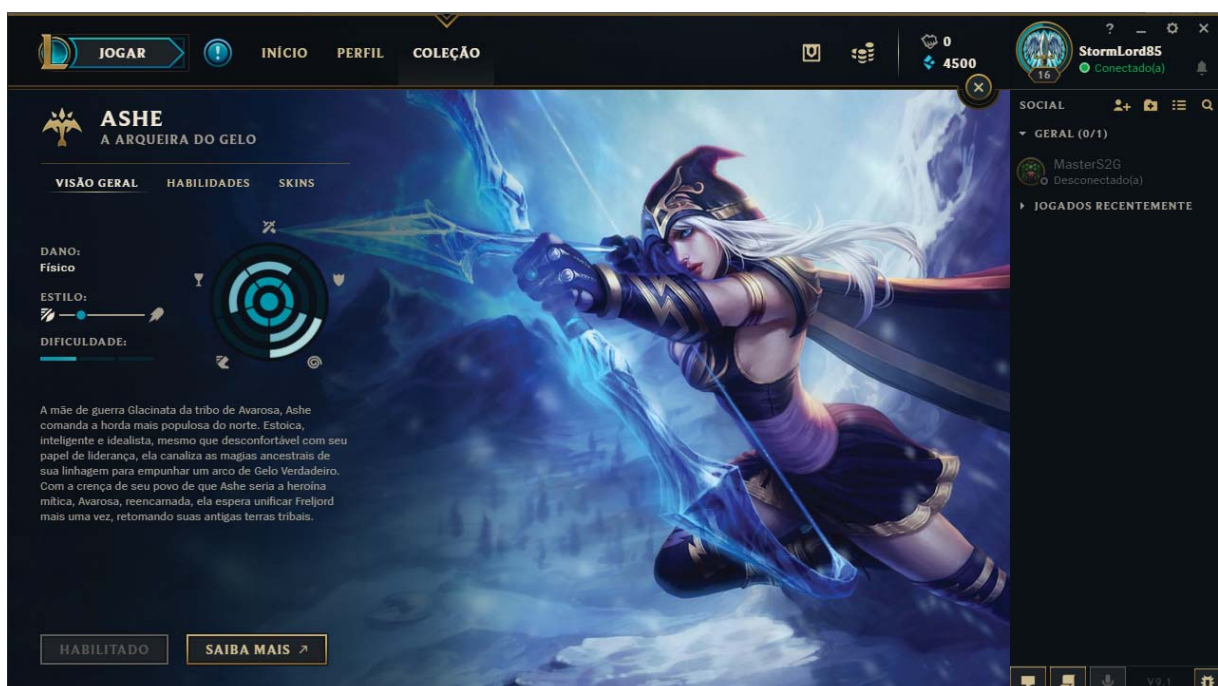
O último menu é referente ao item Coleção, seção em que estão dispostas as seções Campeões, *Skins*, *Emotes*, Runas, Feitiços, Itens, Ícones, Sentinelas e Cromas. Vejamos elas detalhadamente nas imagens a seguir:

Figura 80: Tela da seção Campeões. Nesta tela o jogador tem acesso aos Campeões disponíveis, tanto os que já possui quanto aos que estão temporariamente habilitados pela rotação gratuita de Campeões. Os Campeões podem ser desbloqueados por meio da Essência Azul, ganha após partidas e ao subir de nível, ou, por meio de *Riot Points*, comprados por meio de transação financeira.



Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 81: Tela da Campeã Ashe. Na tela de campeão o jogador tem acesso a informações sobre o Campeão em termos de habilidades, características, um breve histórico sobre sua narrativa e a opção de mudar a *Skin* do Campeão caso possua alguma.



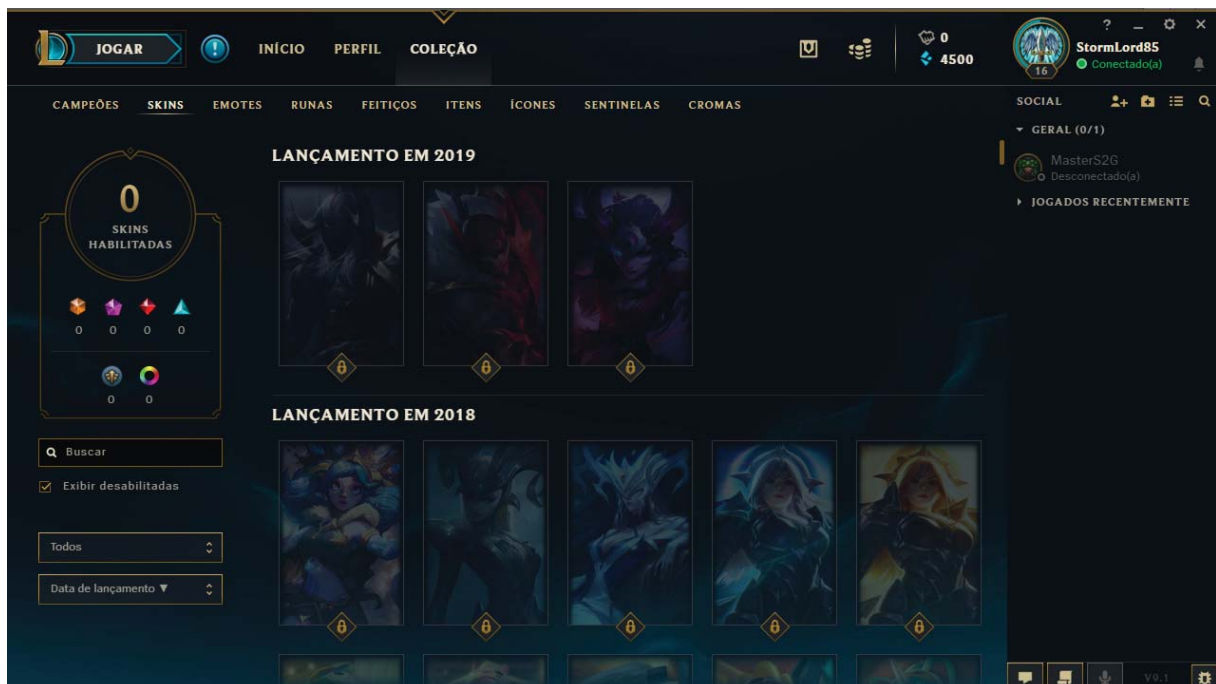
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 82: Tela da Campeão Ashe, seção de Habilidades. O jogador pode consultar as habilidades do Campeão e ver previamente como elas funcionam por meio de um vídeo. As habilidades são acionadas pelas teclas Q,W,E e R.



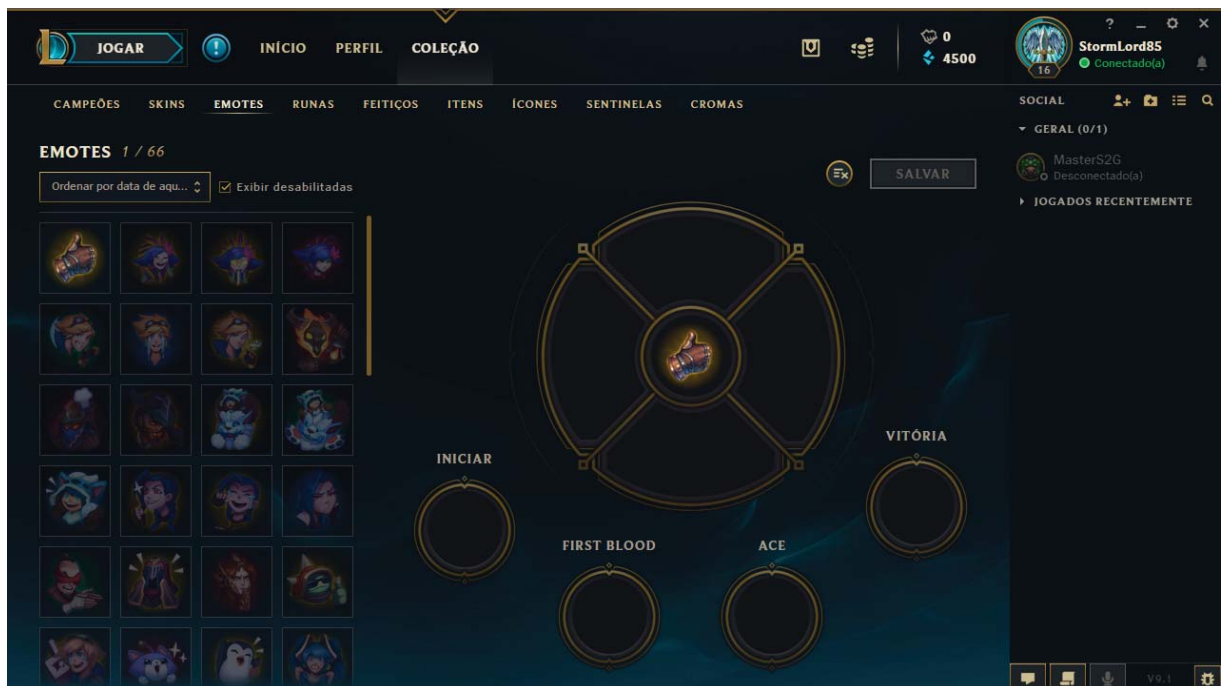
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 83: Tela da seção *Skins*. O jogador pode comprar itens que alteram a aparência do Campeão como uma espécie de “roupa”, mas que não causa nenhuma alteração mecânica no Campeão relação a seu modo de lutar ou em suas habilidades.



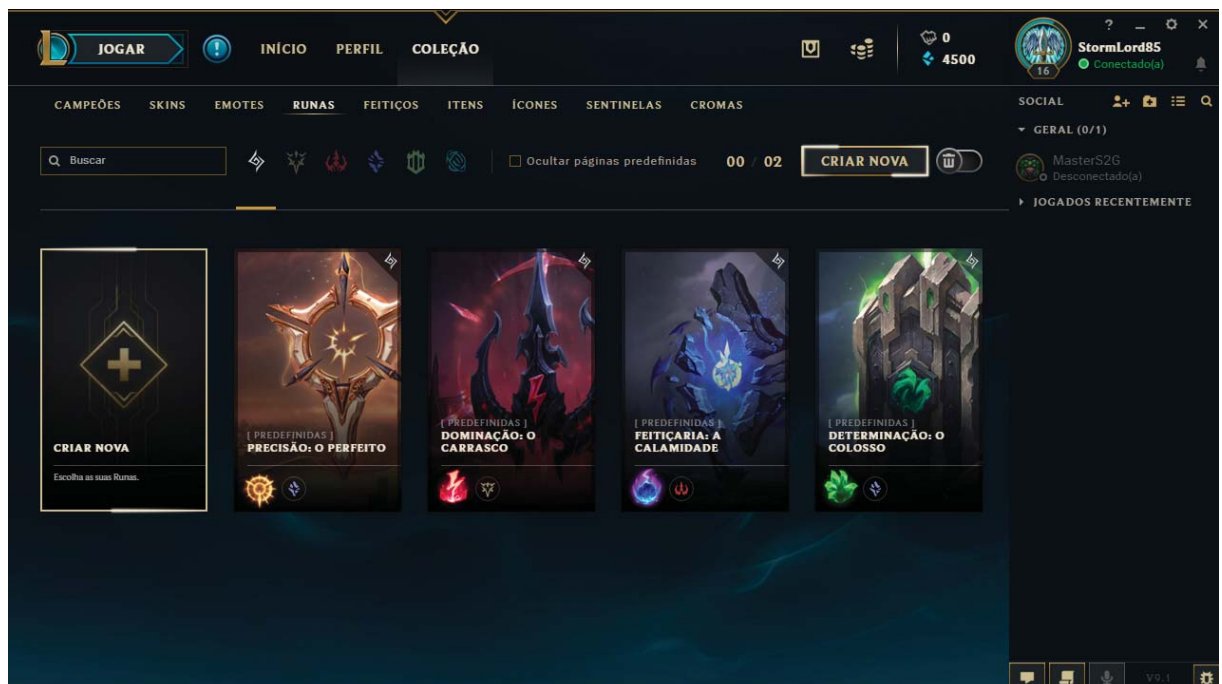
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 84: Tela da seção *Emotes*, na qual o jogador pode comprar imagens que são utilizadas para expressar uma reação a alguma ocorrência no jogo.



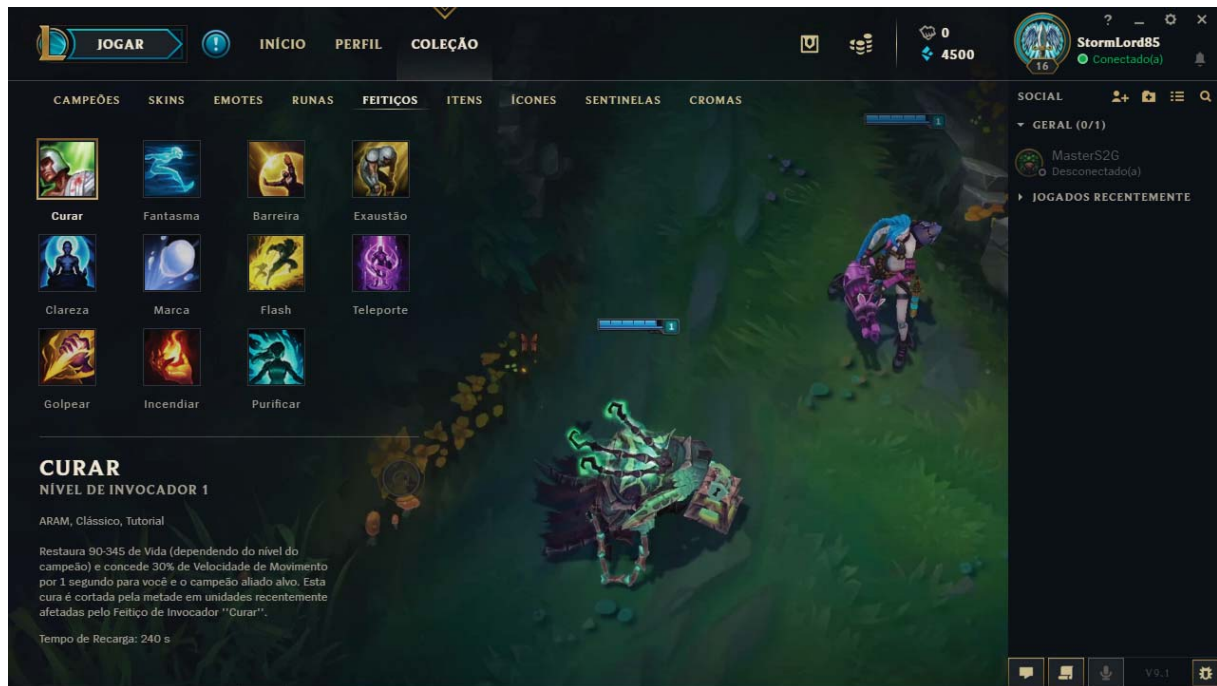
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 85: Tela da seção *Runas*. O jogador pode escolher ou customizar runas que aprimoram os atributos naturais do Campeão que utiliza no jogo.



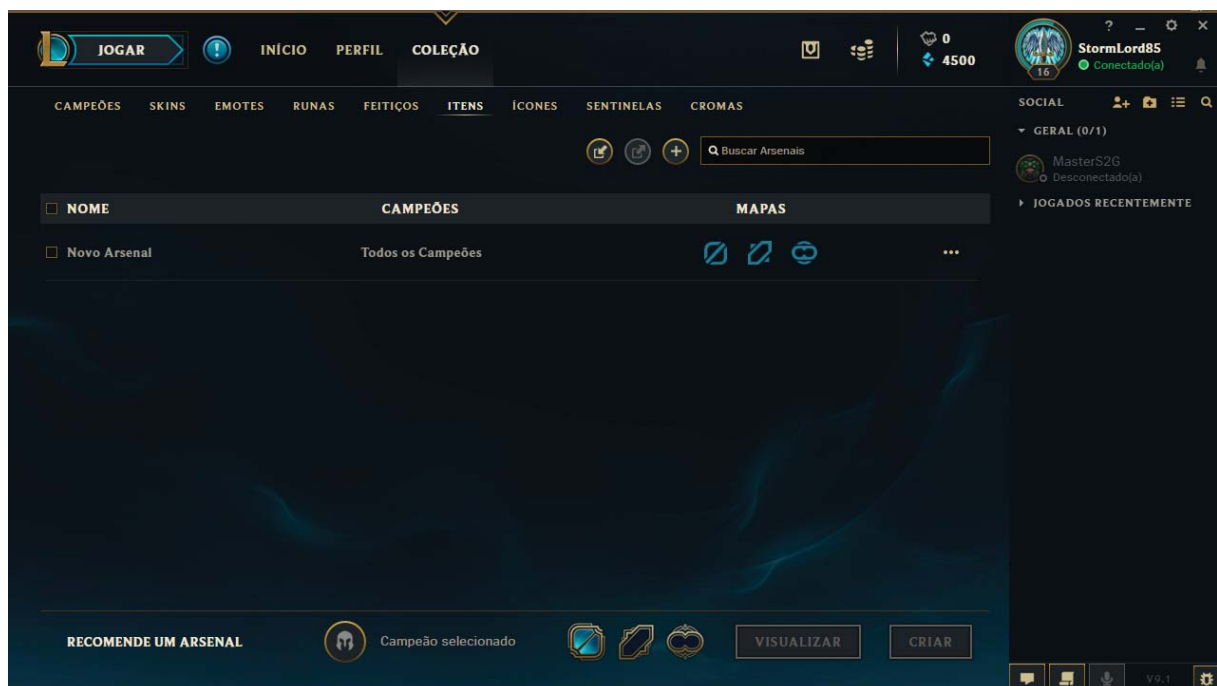
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 86: Tela da seção Feitiços. O jogador pode escolher dois dentre onze feitiços disponíveis para utilizar durante a partida. Feitiços, assim as habilidades especiais do Campeão possuem um tempo de intervalo para serem usados novamente e são parte importante da estratégia de customização do Campeão.



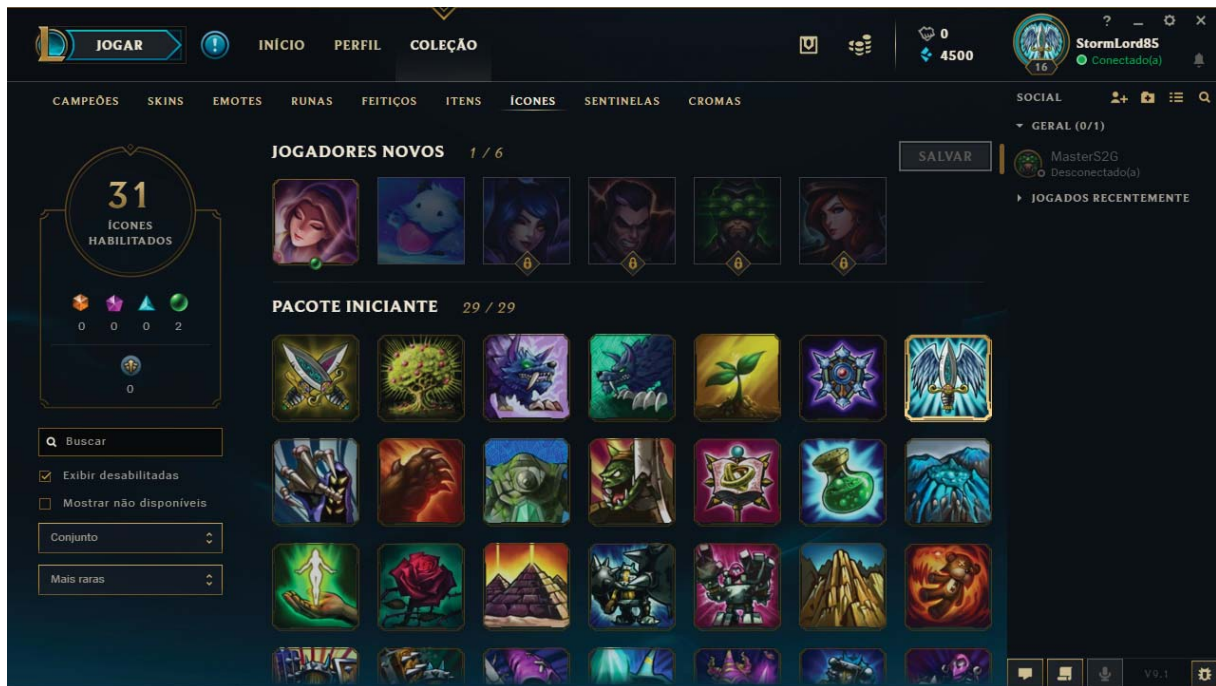
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 87: Tela da seção Itens. Os itens estão disponíveis apenas para uso no momento do jogo e são adquiridos mediante o pagamento de ouro que o jogador adquire ao destruir as tropas do adversário, vencer um Campeão do time oposto ou derrubar uma torre inimiga. Os itens são essenciais para fortalecer o Campeão pois conferem atributos aos ataques.



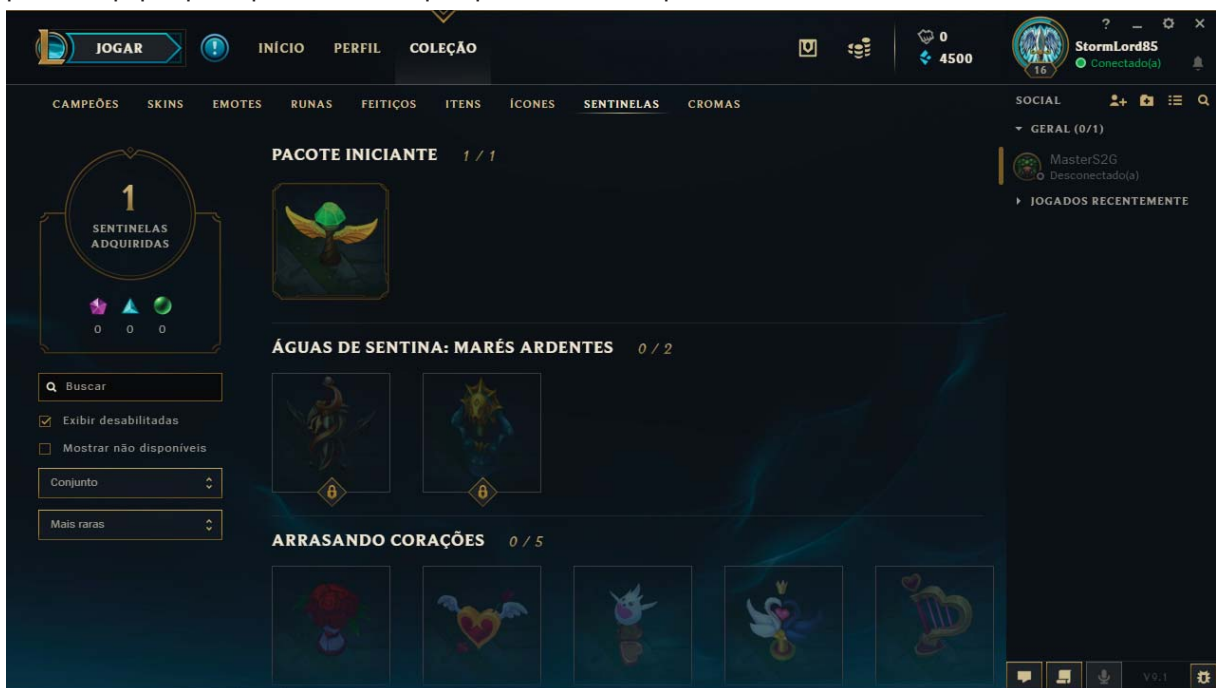
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 88: Tela da seção Ícones. Os ícones são imagens que o jogador escolhe para customizar seu perfil de Invocador. Os ícones podem ser adquiridos mediante Essência Azul, *Riot Points* ou o cumprimento de alguns requisitos no jogo.



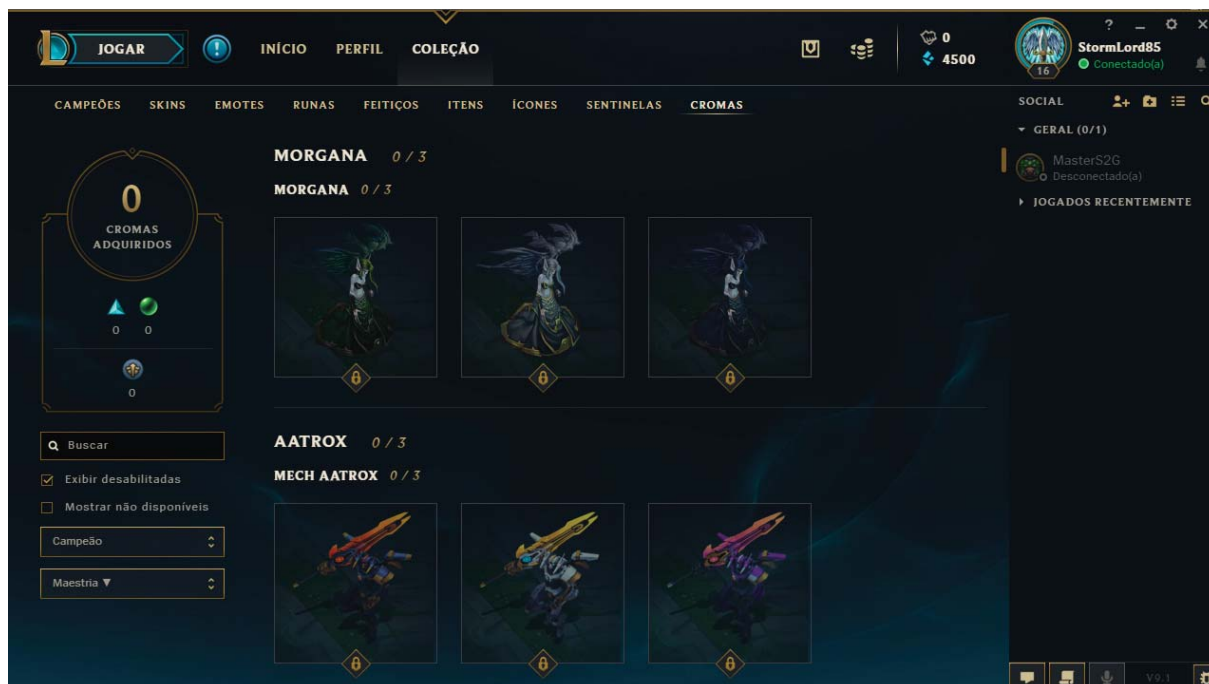
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 89: Tela da seção Sentinelas. Sentinelas possuem *Skins* assim como os Campeões. Elas são temáticas e independente da aparência, possuem a mesma função, ampliar a visualização do mapa para a equipe que a posiciona em qualquer local do mapa.



Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 90: Tela da seção Croma. O jogador pode comprar mediante *Riot Points* alterações na paleta de cores de alguns personagens. Essas alterações são meramente estéticas e não modificam a funcionalidade do Campeão no jogo.



Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

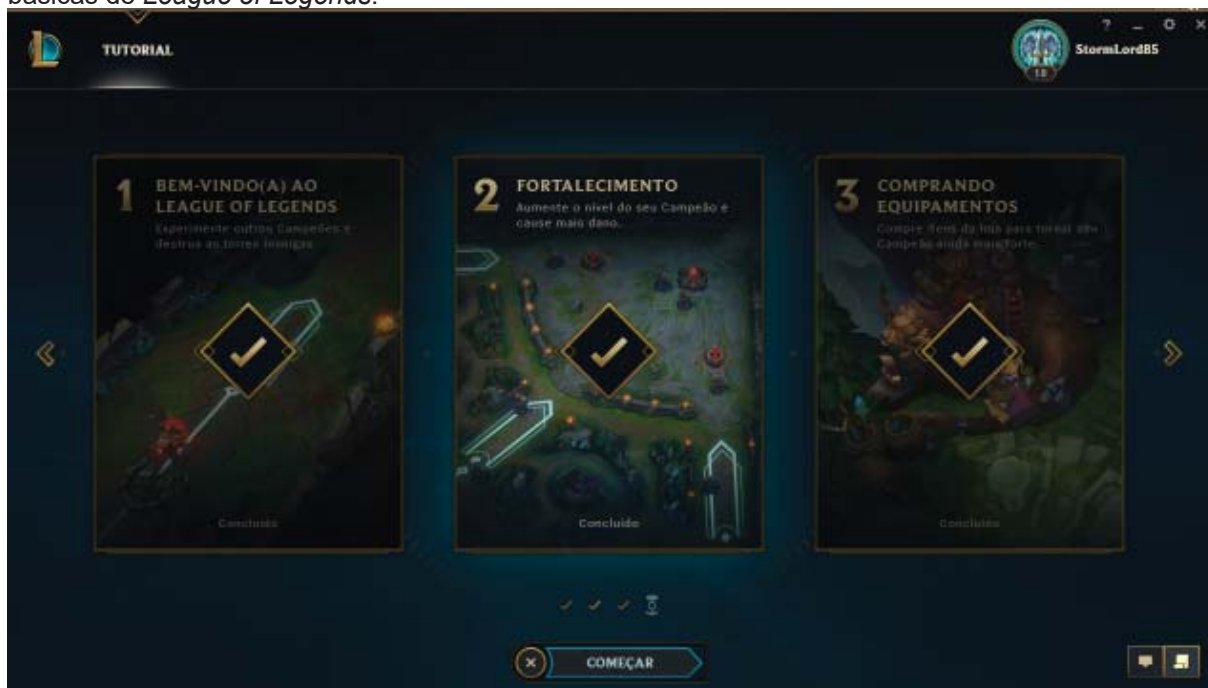
O cliente de *League of Legends* disponibiliza para o jogador várias opções para receber informações a respeito das novidades do jogo e dos eventos relacionados ao jogo como sessões para customizar seu perfil, adquirir Campeões e itens cosméticos que alteram a aparência do Campeão bem como a possibilidade de criar seu próprio espaço de interação social para conversar com outros jogadores ou mesmo montar uma equipe com um nome próprio (clubes). Agora, faremos uma exposição dos elementos do jogo.

3.3.1. Iniciando o jogo.

Ao iniciar o jogo pela primeira vez, os jogadores passam por um *tutorial* que apresenta as funções mais básicas de *League of Legends* e por um processo que o próprio sistema ensina o jogador. Há cento e quarenta e três Campeões, porém, o jogador só pode escolher dentre alguns que estão disponíveis temporariamente para uso gratuito, sendo que ele pode adquirir acesso aos Campeões mediante sua progressão no jogo comprando-os com *Riot Points* ou Essência Azul.

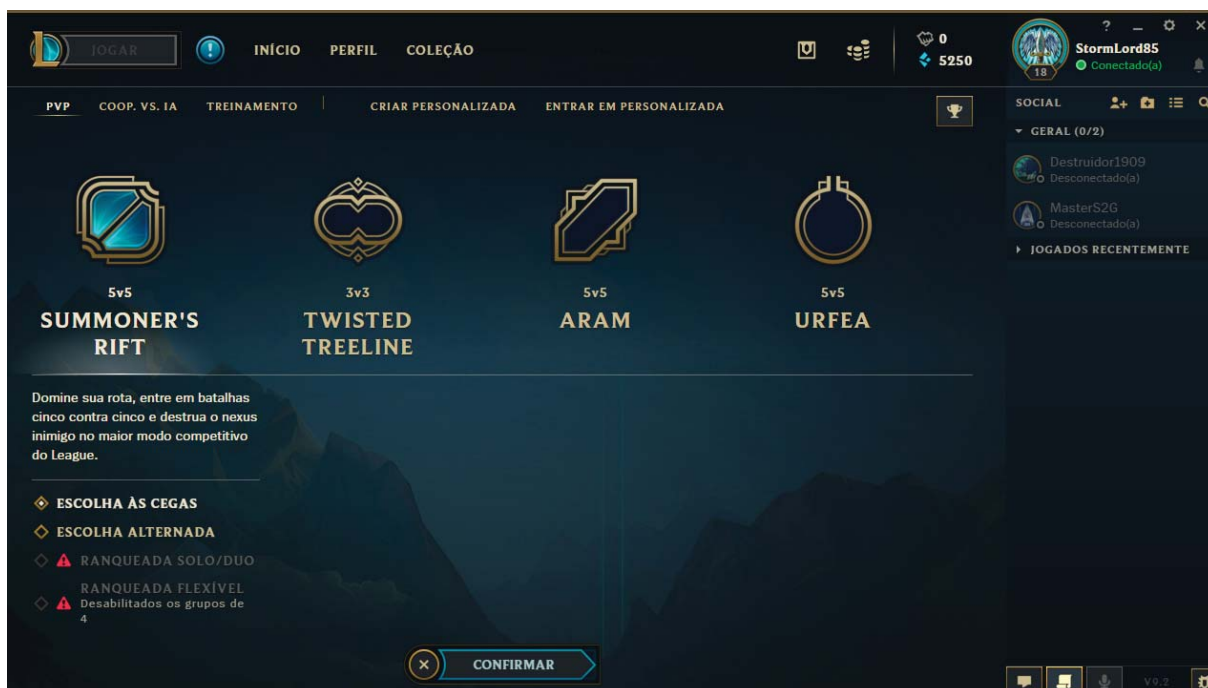
Há diferentes modos de jogo que o jogador pode escolher após realizar o *tutorial*. Podemos ver esses modos de jogo nas imagens a seguir:

Figura 91: Tela de Tutorial. Ao iniciar o jogo, o jogador passa por um tutorial que o ensina as funções básicas de *League of Legends*.



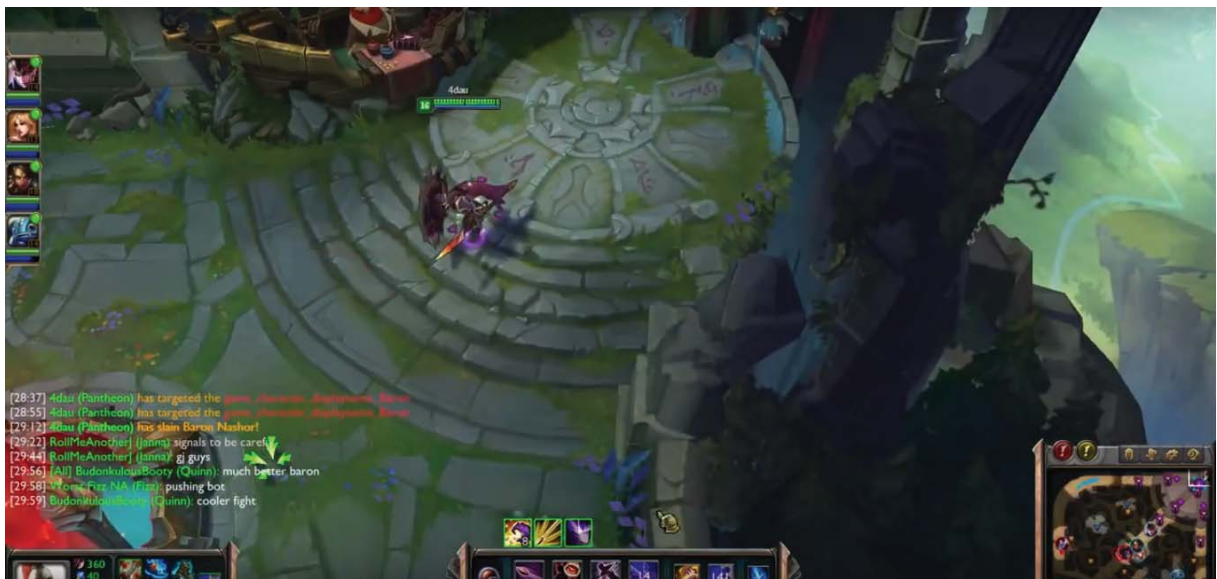
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 92: Tela de jogo. Modo de jogo PVP. Mapa *Summoner's Rift*. O modo PVP é o modo *player vs. player*, no qual ambos os lados são constituídos de jogadores que controlam um Campeão cada. No *Summoner's Rift*, mapa utilizado nas competições de *League of Legends*, duas equipes de cinco jogadores se enfrentam tentando destruir as torres que estão em cada uma das três rotas para assim progredir em direção ao *Nexus* inimigo para destruí-lo. Ganha quem destruir o *Nexus* inimigo primeiro. No modo *Twisted Treeline*, duas equipes de três jogadores cada em um mapa menor que o *Summoner's Rift* com uma selva única. O modo ARAM, sigla para *All Random, All Mid*, é um modo no qual duas equipes de cinco jogadores cada duelam em um mapa com apenas uma rota. URFEA é um modo de jogo (jan. de 2019) que se passa no *Summoner's Rift* e faz parte dos eventos aleatórios que acontecem anualmente no *League of Legends*.



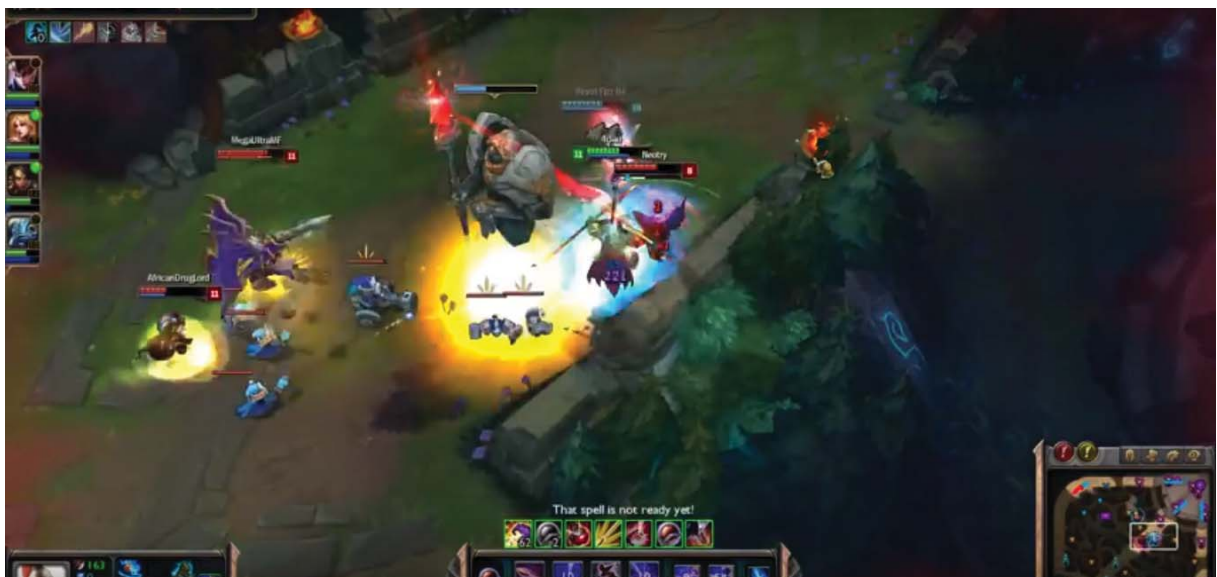
Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 93: Tela do mapa *Summoner's Rift*.



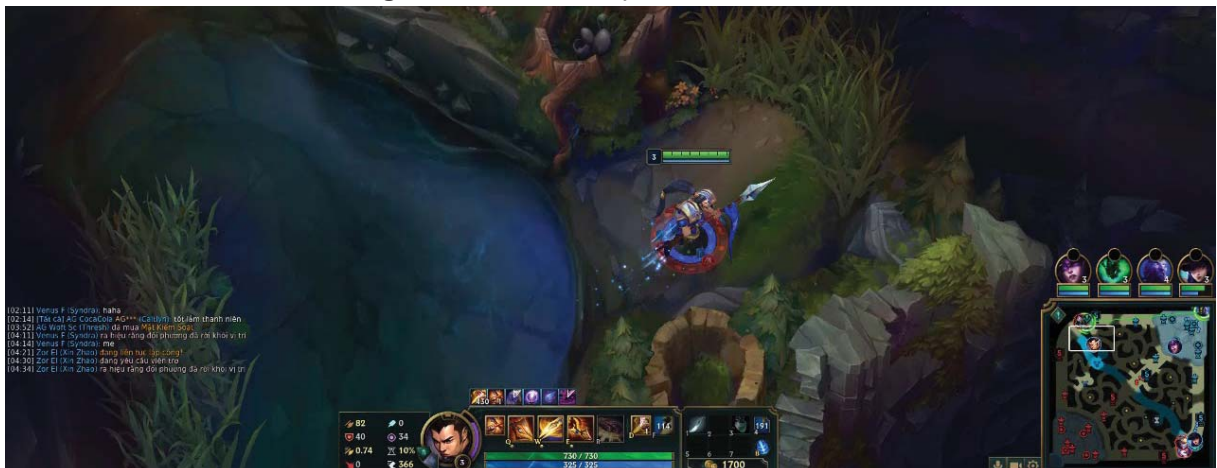
Fonte: *League of Legends*.

Figura 94: Tela do mapa *Summoner's Rift*.



Fonte: *League of Legends*.

Figura 95: Tela do mapa *Summoner's Rift*.



Fonte: *League of Legends*.

Figura 96: Tela do mapa *Summoner's Rift*.



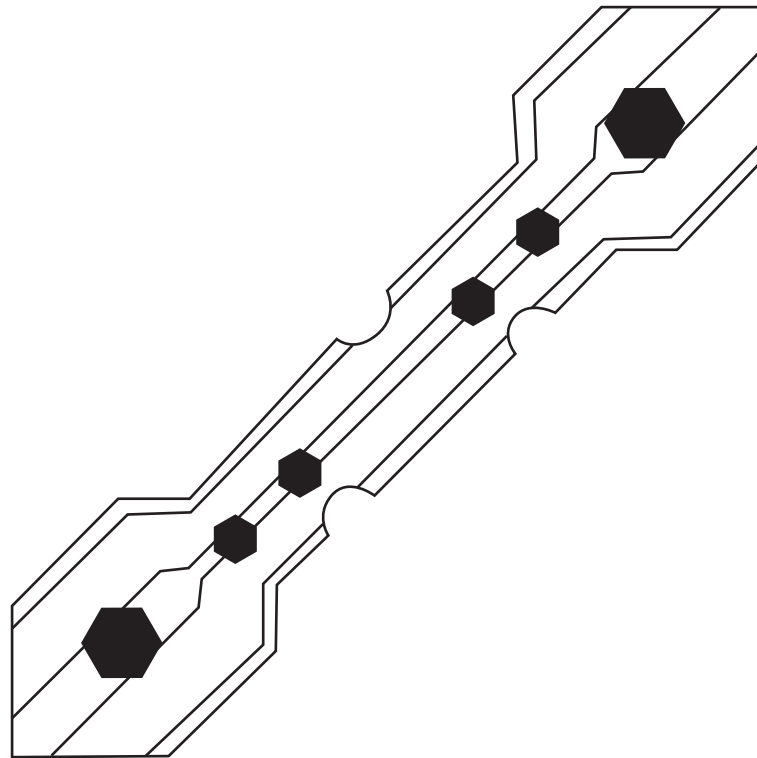
Fonte: *League of Legends*.

Figura 97: Tela do mapa *Summoner's Rift*.



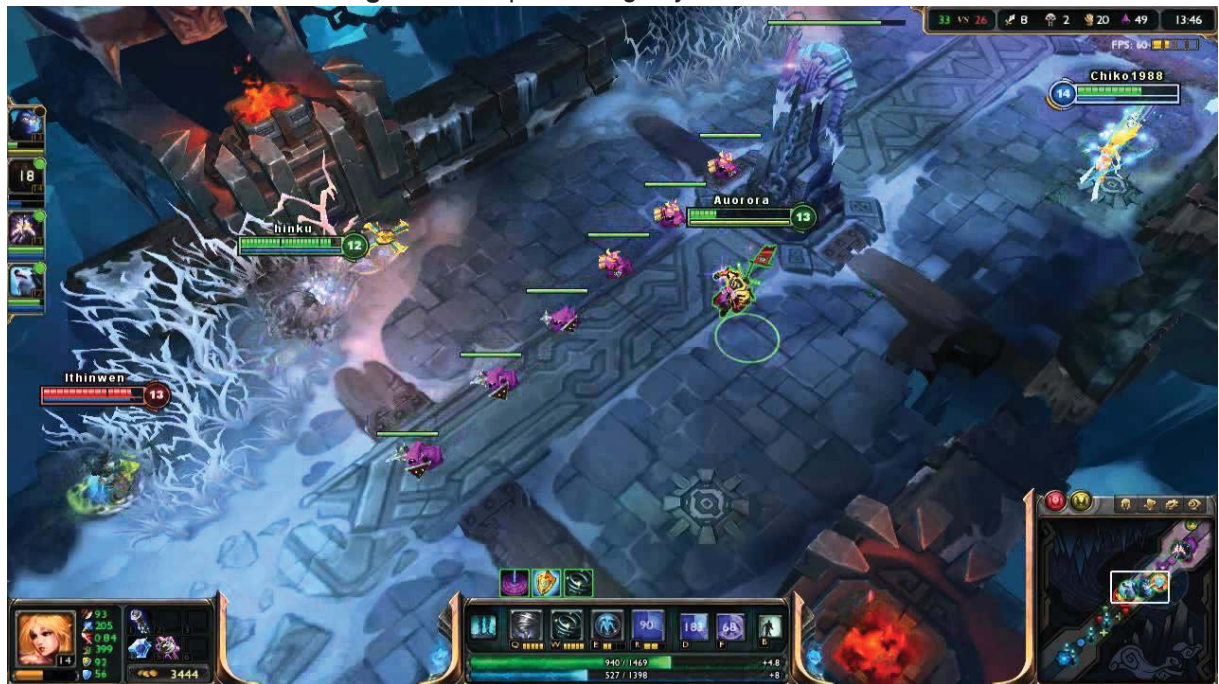
Fonte: *League of Legends*.

Figura 98: Mapa *Howling Abyss*. Modo ARAM.



Fonte: SILVA, Thiago R., 2019

Figura 99: Mapa *Howling Abyss*. Modo ARAM.



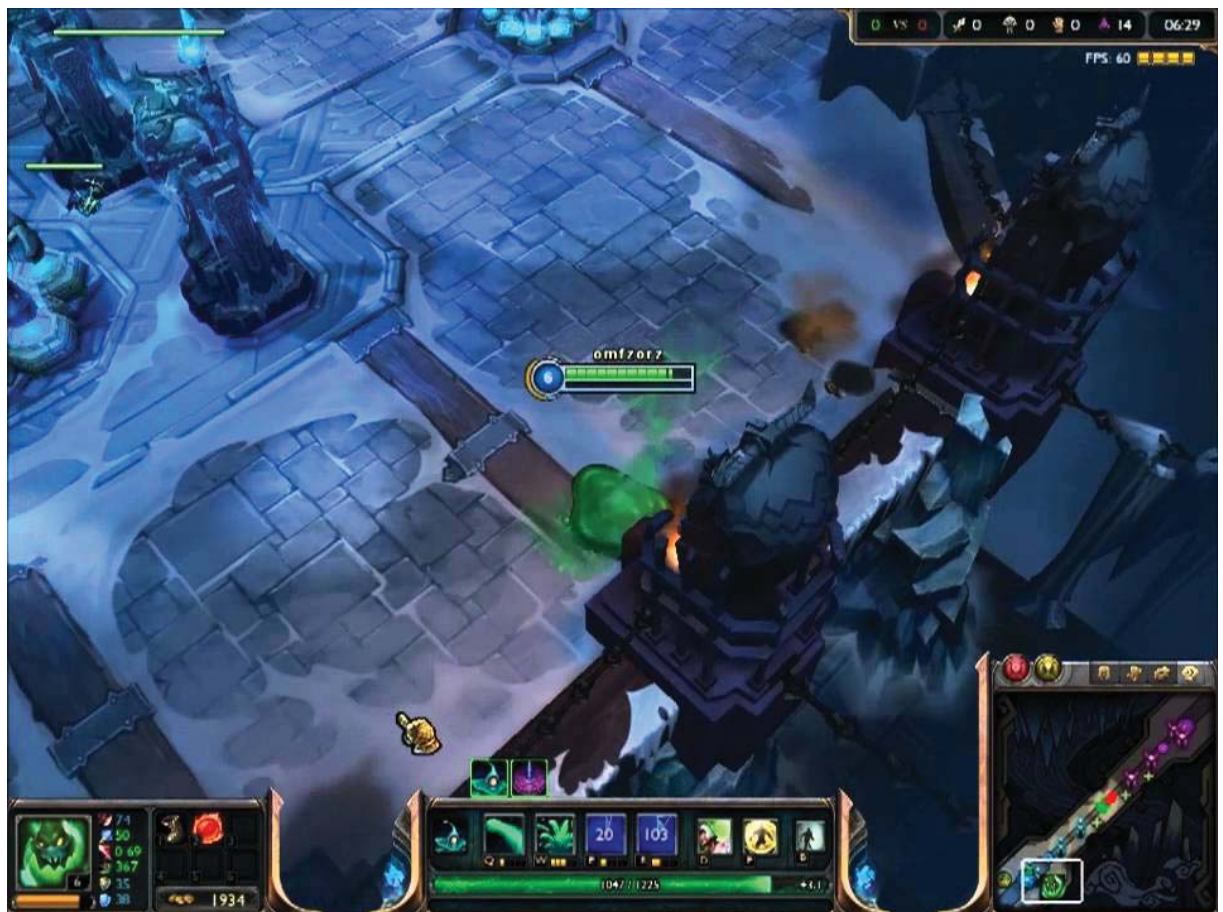
Fonte: *League of Legends*.

Figura 100: Mapa *Howling Abyss*. Modo ARAM.



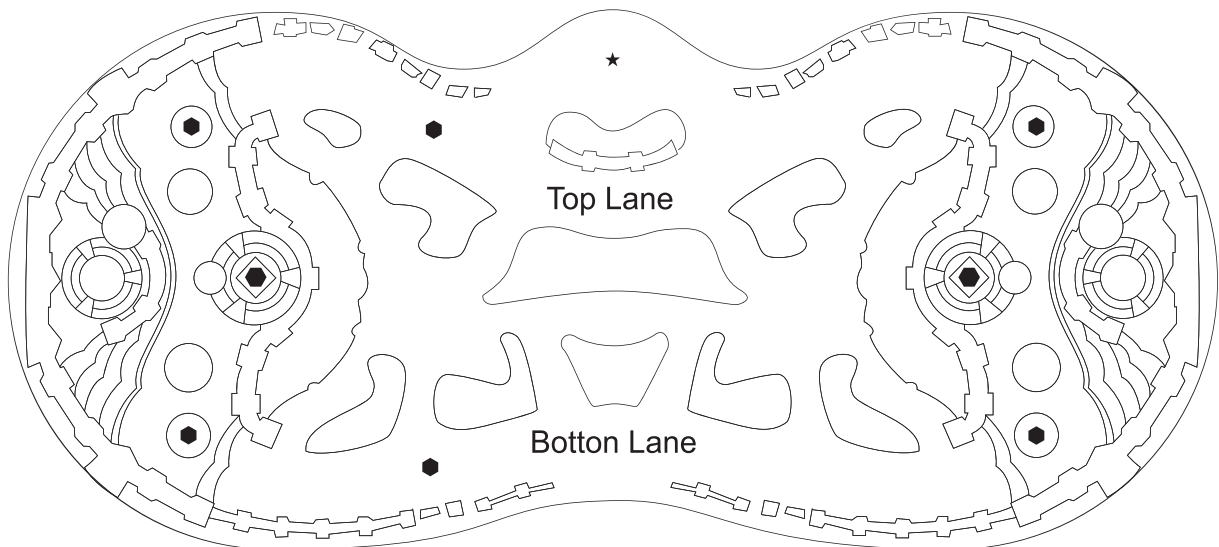
Fonte: *League of Legends*.

Figura 101: Mapa *Howling Abyss*. Modo ARAM.



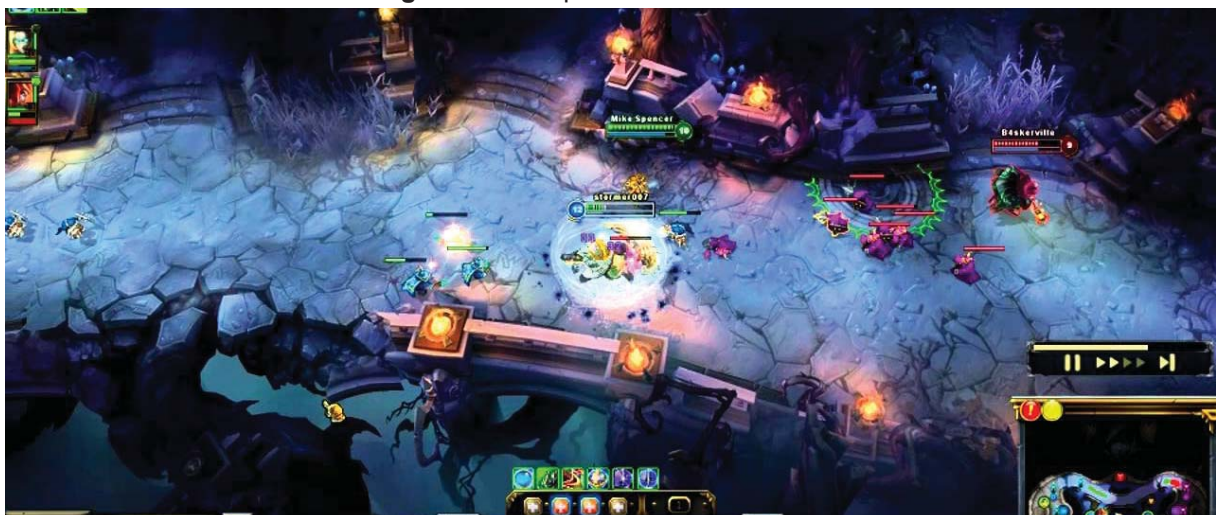
Fonte: *League of Legends*.

Figura 102: Mapa *Twisted Treeline*.



Fonte: SILVA, Thiago R., 2019.

Figura 103: Mapa *Twisted Treeline*.



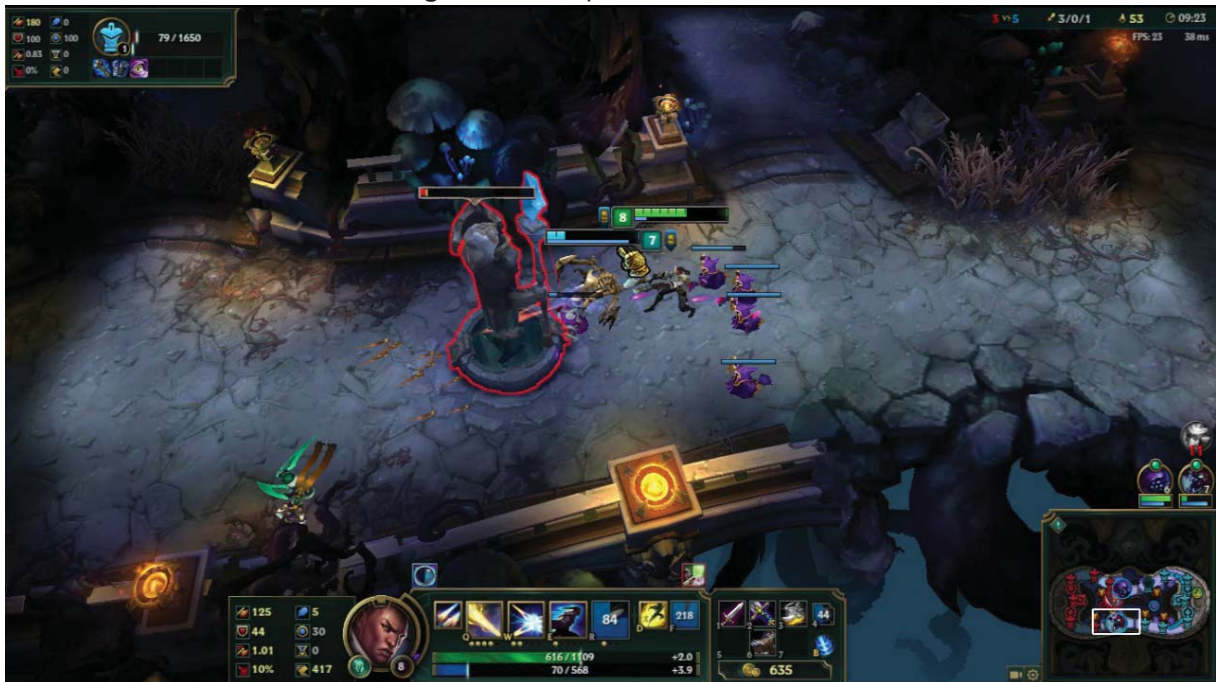
Fonte: *League of Legends*.

Figura 104: Mapa *Twisted Treeline*.



Fonte: *League of Legends*.

Figura 105: Mapa *Twisted Treeline*.



Fonte: *League of Legends*.

Figura 106: Mapa *Twisted Treeline*.



Fonte: *League of Legends*.

Nos três mapas o objetivo é destruir o *Nexus* do time adversário. Para isso, a equipe de jogadores deve avançar nas rotas junto com os *minions*, unidades de combate que ambos os lados possuem e são geradas automaticamente no *Nexus* de cada time e derrubar as torres que estão no caminho até o lado adversário. Ao derrotar os *minions* o jogador adquire pontos de experiência e ouro para comprar itens durante a partida. Os *minions* também desferem ataques que causam danos ao adversário e às torres. As torres, ao serem derrubadas, conferem ouro aos jogadores

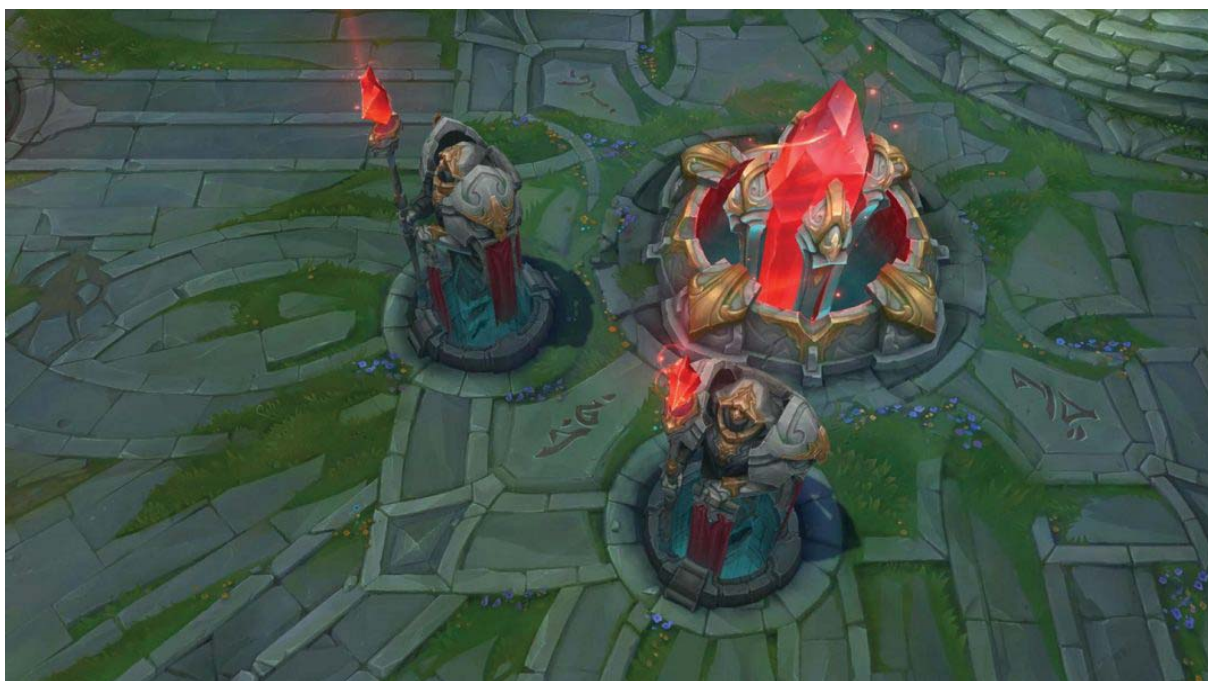
além de possibilitar o avanço das *minions* em direção ao Nexus da equipe oposta.

Figura 107: Torre.



Fonte: *League of Legends*.

Figura 108: Nexus.



Fonte: *League of Legends*.

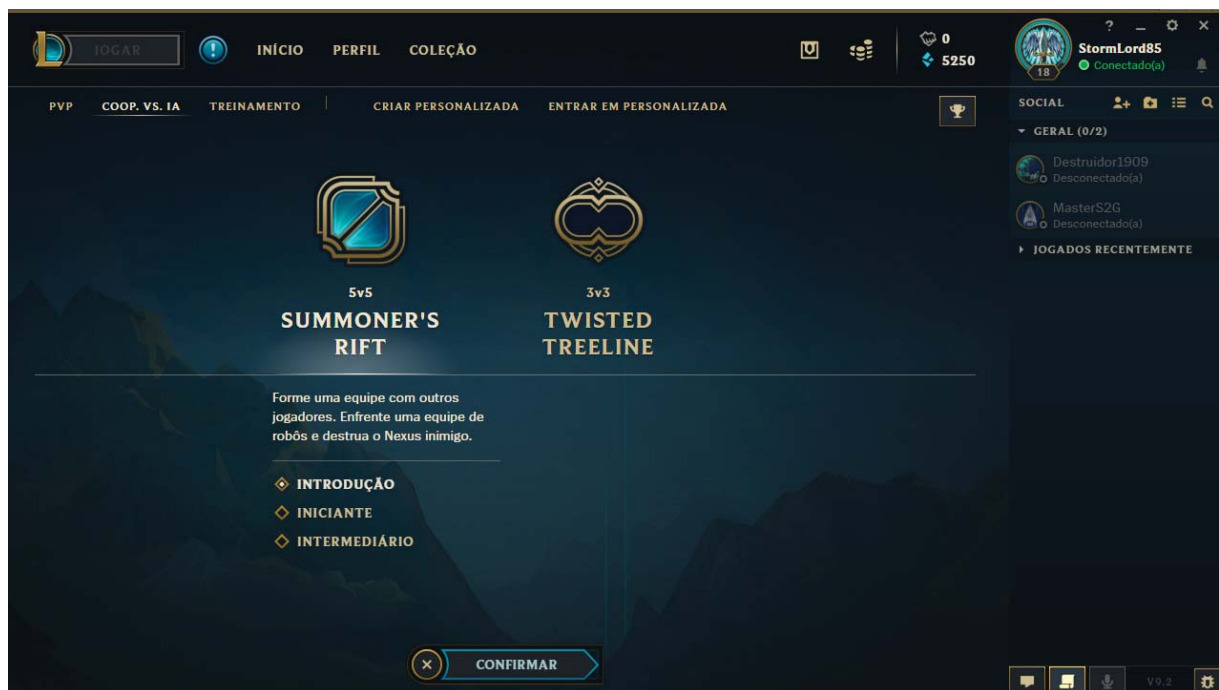
Figura 109: *Minions*.



Fonte: *League of Legends*.

O segundo modo de jogo disponível é o *Coop vs. IA* (jogadores contra inteligência artificial). Neste modo os jogadores encontram um nível de desafio menor do que no modo *player vs. player*. É um modo no qual é possível aprimorar o entendimento das mecânicas do jogo. Ao final de cada partida o jogador recebe pontos de experiência que acumula para aumentar o seu Nível de Invocador. Os mapas disponíveis nesse modo são o *Summoner's Rift* e o *Twisted Treeline*.

Figura 110: Tela do modo *Coop vs. IA*.



Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Após escolher um modo de jogo, o jogador deve escolher um Campeão ou então jogar com um escolhido pelo próprio sistema aleatoriamente (dentro dos que estão disponíveis para o jogador, seja por aquisição, seja pela rotação semanal gratuita). Na tela de Campeão o jogador tem acesso a informações sobre suas habilidades, tipo de Campeão e um breve histórico sobre sua narrativa no imaginário de *League of Legends*. Cada campeão possui quatro tipos de habilidades especiais além do seu

ataque padrão, tendo que escolher inicialmente uma entre três habilidades sendo que a quarta, a mais poderosa, só é habilitada no decorrer do jogo após o Campeão evoluir ao sexto nível. Conforme adquire experiência derrotando *minions* ou outros Campeões adversários o Campeão tem seus atributos aprimorados. Cada habilidade acompanha a progressão de experiência do Campeão escolhido de acordo com a possibilidade do jogador escolher qual será aprimorada aumentando seu nível de poder uma vez até o máximo de cinco níveis, sendo que a habilidade mais forte só pode ser aprimorada até o terceiro nível.

Figura 111: Visão geral do Campeão. Tópico referente à história do Campeão ao lado das informações sobre seu estilo de combate.



Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

Figura 112: Tela com os 4 tipos de ataques que o Campeão pode executar.



Fonte: Cliente de *League of Legends*, Janeiro de 2019.

O jogador controla a movimentação do Campeão na tela do jogo utilizando o mouse e ativa as habilidades que estão mapeadas pelas teclas Q,W,E e R, sendo R a habilidade mais poderosa. Ao serem ativadas, essas habilidades necessitam de um período que varia entre elas para serem usadas novamente. Além das quatro habilidades especiais, o jogador pode utilizar os “*Summoner Spells*” (Feitiços de Invocador); magias diferentes que variam de acordo com a escolha do jogador (2 feitiços podem ser escolhidos dentre 11 opções) e podem ter como finalidade curar

um pouco dos pontos de vida do Campeão, conceder um aumento temporário em sua velocidade ou então tele-transportar no mapa. Assim como as habilidades especiais, os *Summoner's Spells* possuem um intervalo após seu uso.

Os Campeões desempenham funções específicas durante a partida, funções essas que são descritas da seguinte forma:

Attack Damage Carrier (ADC)/ Carry/ Marksman: Qualquer um desses termos é utilizado para descrever o Campeão que tem como uma de suas principais características causar um grande dano em termos de ataque ao adversário. É atribuído esse termo por ser um Campeão que “carrega o time” na fase final do jogo, já que suas habilidades passivas se aprimoram conforme sua estatística.

Support: Campeão que geralmente tem como função proteger o *ADC* invocando escudos ou potencializando habilidades.

Jungler: Campeão que não fica em uma pista definida e se movimenta livremente pelo mapa, matando os *minions* adversários e as criaturas que estão na floresta entre as rotas. Se escondem em arbustos ficando invisíveis para o adversário e podendo ocasionar um ataque surpresa.

Crowd Control (CC): Campeão que limita o número de *minions* ou de Campeões adversários concentrados em um mesmo ponto.

Leashing: Auxilia o *Jungler* causando dano em algum monstro que está no meio da floresta mas sem realizar o último ataque para que o *Jungler* possa finalizar e obter o bônus de aprimoramento.

No *Nexus* de cada time há a possibilidade de comprar diferentes itens que possibilitam o jogador customizar o seu Campeão. Itens que aumentam seus atributos como força, velocidade e magia, ou então, potencializam as habilidades especiais bem como itens que restabelecem os pontos de vida e de magia. Como há uma grande variedade de itens, cada jogador pode testar combinações diferentes e é comum encontrar nas discussões entre jogadores o mapeamento das possíveis customizações que podem ser feitas para um campeão. A aquisição dos itens só é possível mediante o custo do ouro que é adquirido durante a partida.

Além dos itens para compra, os jogadores podem adquirir experiência, ouro e habilidades especiais ao derrotar monstros que estão localizados na *Jungle*, entre as rotas. Após a derrota, os monstros ressurgem após um determinado tempo. As habilidades conferidas pelos monstros durante um determinado tempo.

Figura 113: Itens que podem ser adquiridos durante a partida. Cada item possui uma função específica no aumento de atributos e adição de atributos aos ataques. Após a partida encerrar, o Campeão perde o item.



Fonte: League of Legends.

Figura 114: Monstros localizados na *Jungle*. Ao matá-los, os jogadores adquirem ouro e habilidades especiais tanto individuais quanto coletivas.



Fonte: League of Legends.

Morrer em *League of Legends* é algo muito punitivo para o jogador já que, se for morto pelo adversário, confere pontos de experiência tornando-o mais forte, se for por causa de obstáculos como as torres, faz com que o jogador tenha que esperar o tempo necessário para que seu Campeão seja ressuscitado em sua base para assim poder voltar ao jogo. Em todo caso, qualquer vantagem conseguida é determinante para a vitória já que a punição é muito alta para os erros do jogador.

A progressão no jogo deve ser feita aos poucos, evitando ao máximo os erros. Cada ação, por menor que seja seu benefício para a equipe ou para o jogador, é crucial para a vitória e qualquer erro cometido ocasionará punições que dão uma grande vantagem ao adversário. Um simples movimento adiantado ou atrasado pode ser a diferença entre morrer e permanecer vivo no jogo, o que faz com que cada movimento do jogador tenha que ser muito bem pensado.

Ao final de cada partida, toda a customização em termos de item e progresso nas habilidades especiais são perdidas, fazendo com que o Campeão retorne ao estado inicial que começou o jogo. Esse fator possibilita com que o jogador tenha a condição de testar diferentes combinações de itens e de progressão de habilidades quando iniciar uma nova partida.

3.3.2. Os Campeões de *League of Legends*.

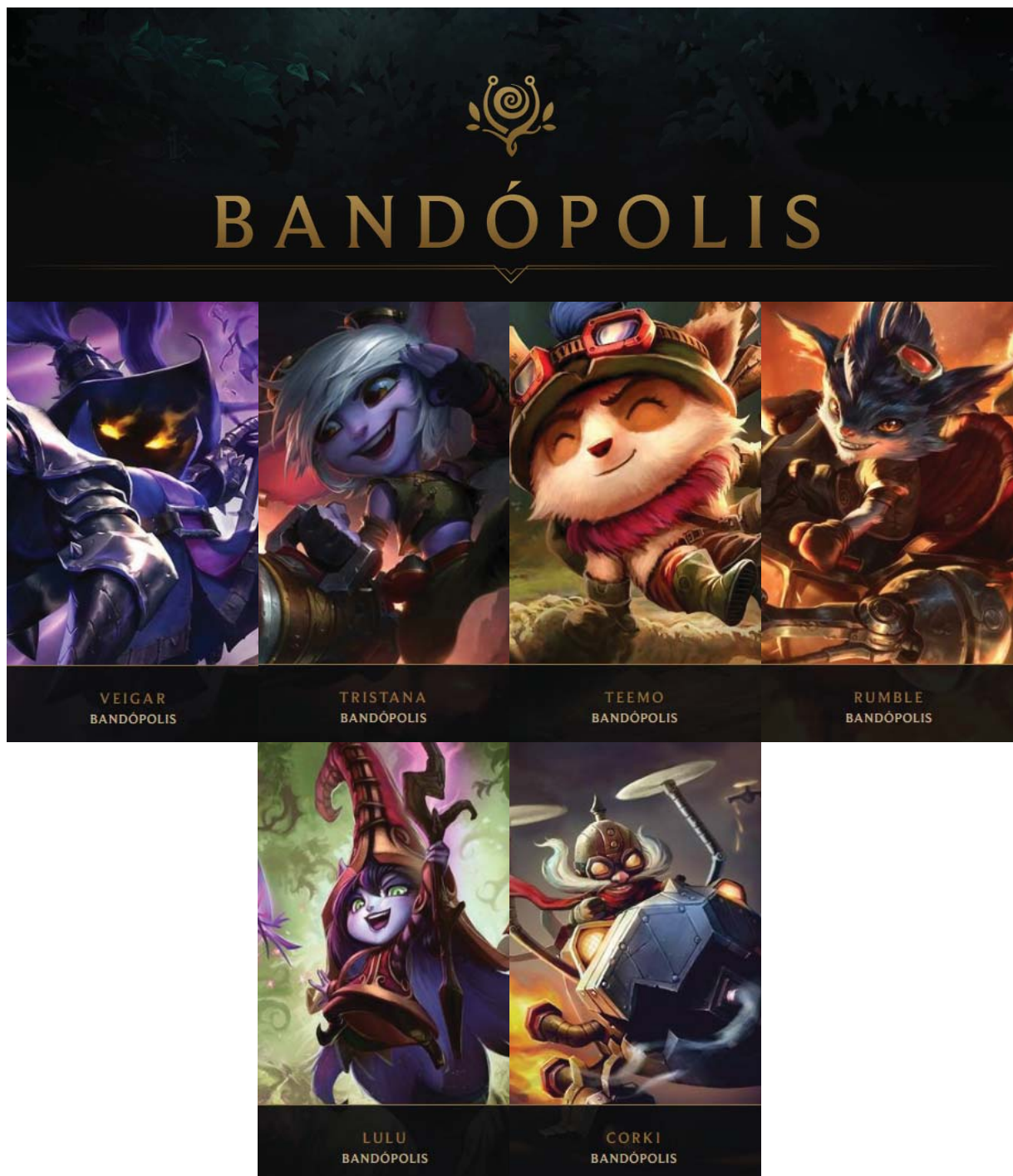
Desde seu lançamento oficial com 40 Campeões iniciais, novos personagens são adicionados anualmente ao jogo. O jogo se passa em um mundo imaginário chamado *Runeterra*, dividido em dez regiões, sendo elas: Freljord, Demacia, Noxus, Ionia, Piltover, Zaun, Águas de Sentina, Iha das Sombras, Shurima, Bandópolis, Vazio e Monte Targon. Cada personagem possui uma história própria, uma função específica, habilidades próprias e configuram o imaginário de *League of Legends*. Os Campeões além de sua função como lutador, estão relacionados a uma região do mundo imaginário do jogo. Ao trazer um novo Campeão para o jogo, novas formas de jogar são adicionadas às partidas, já que cada Campeão possui características próprias. No início do ano de 2019 *League of Legends* possui um total de 143 Campeões e uma das políticas do jogo é que periodicamente novos personagens são adicionados. Vejamos a lista de Campeões por região nas imagens a seguir:

Figura 115: Campeões da região de Águas de Sentina.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 116: Campeões da região de Bandópolis.



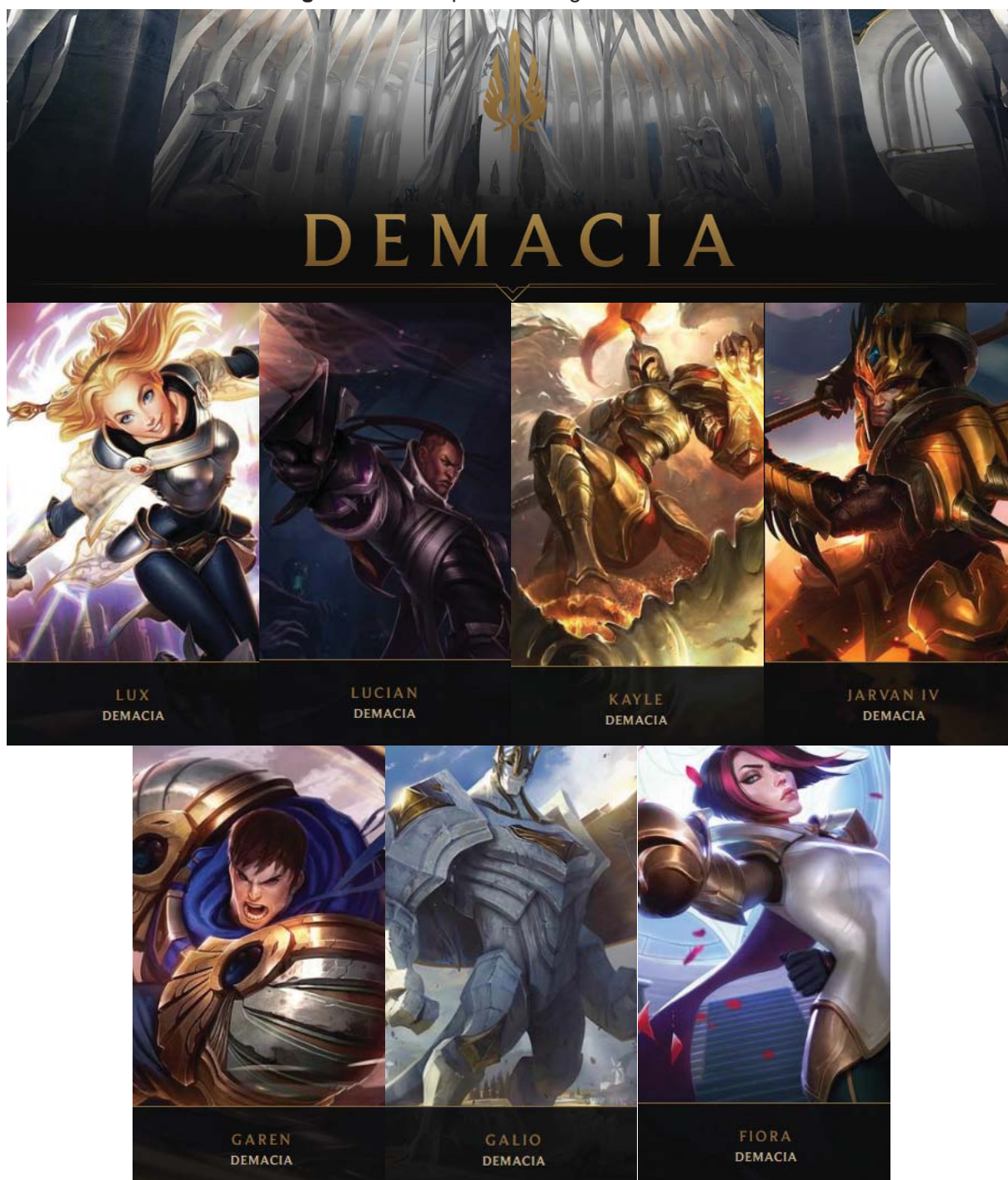
Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 117: Campeões da região de Demacia.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 118: Campeões da região de Demacia.



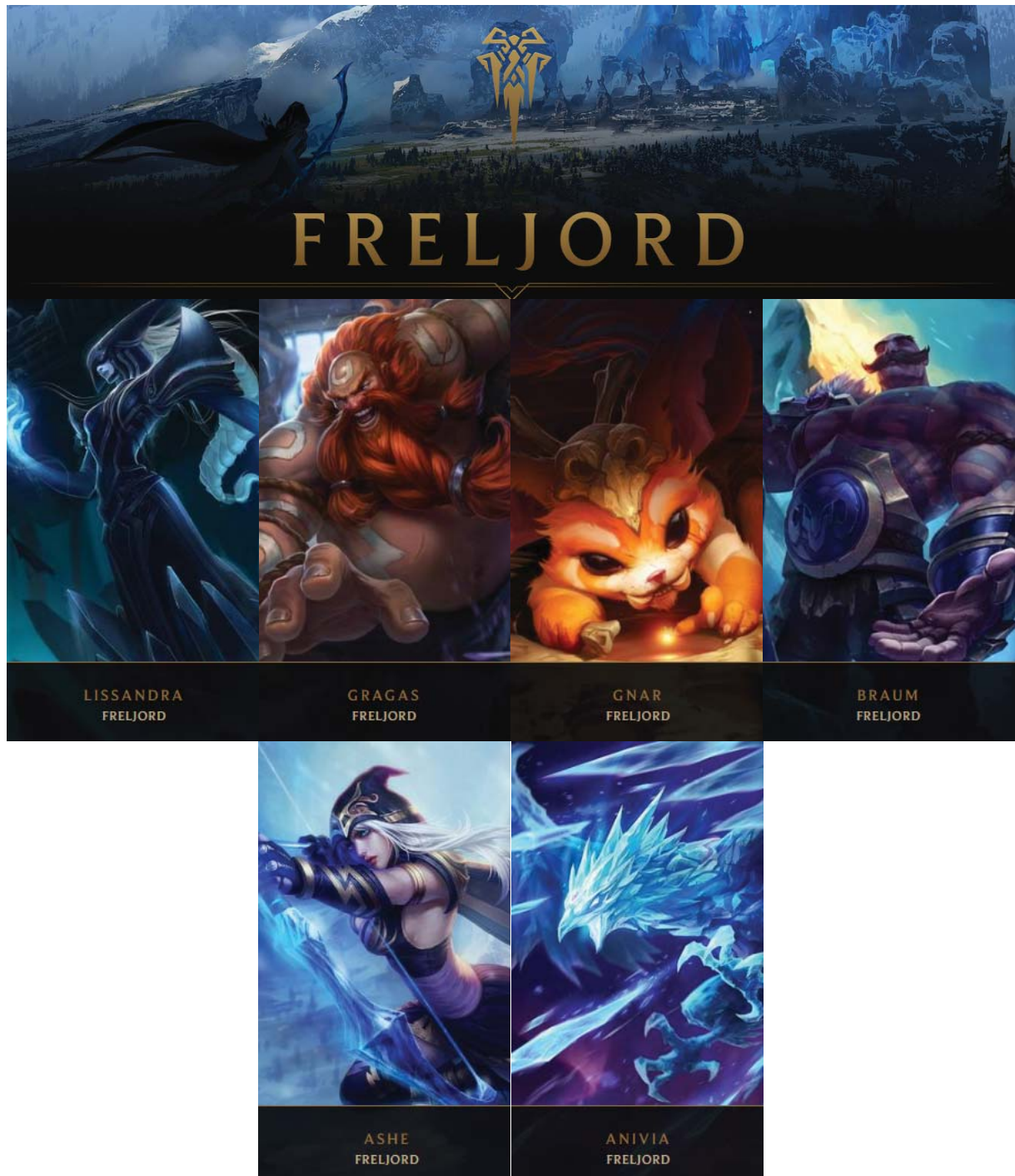
Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 119: Campeões da região de Freljord.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 120: Campeões da região de Freljord.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 121: Campeões da região das Ilhas das Sombras.



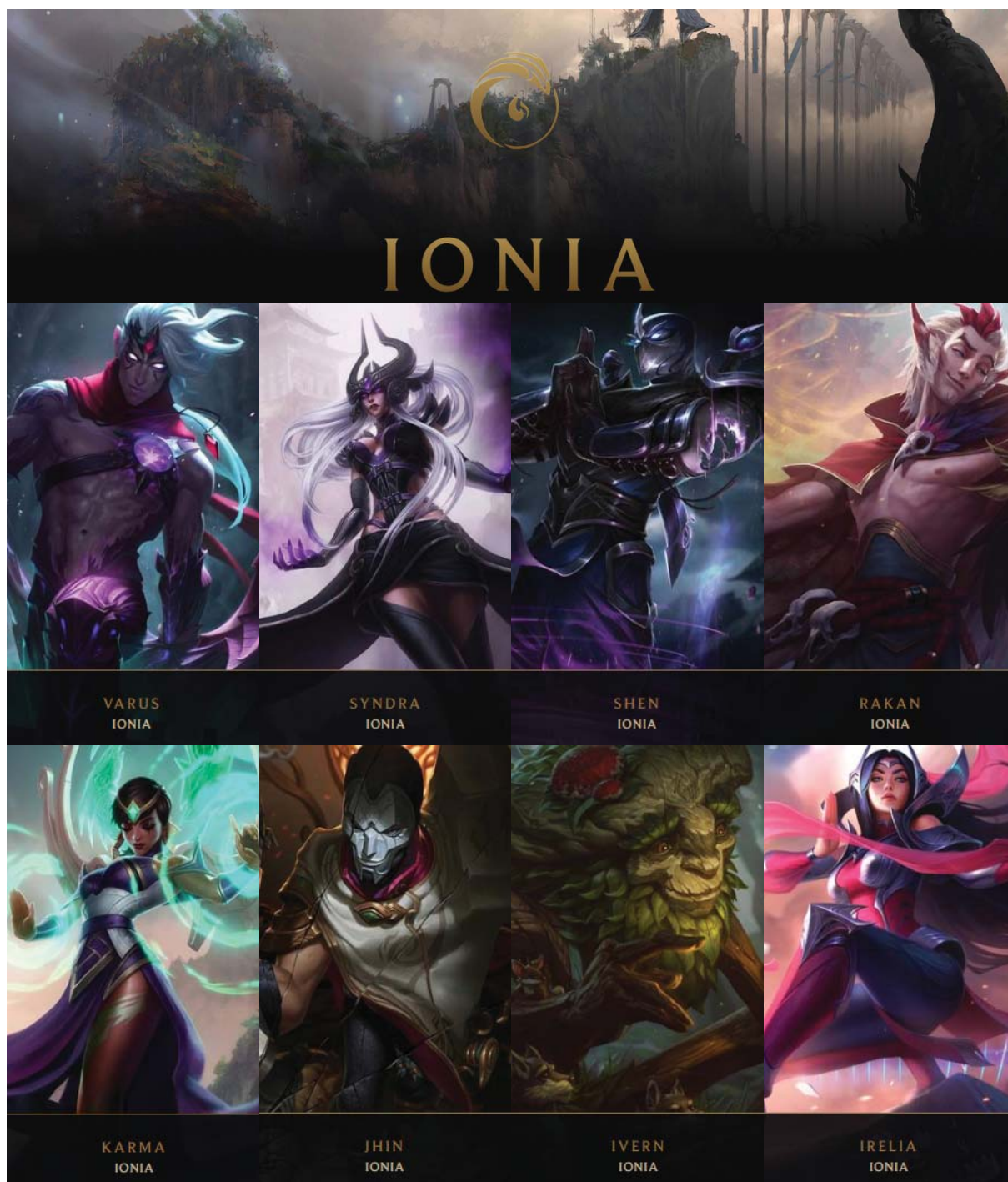
Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 122: Campeões da região de Ionia.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 123: Campeões da região de Ionia.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 124: Campeões da região de Ionia.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 125: Campeões da região de Monte Targon.



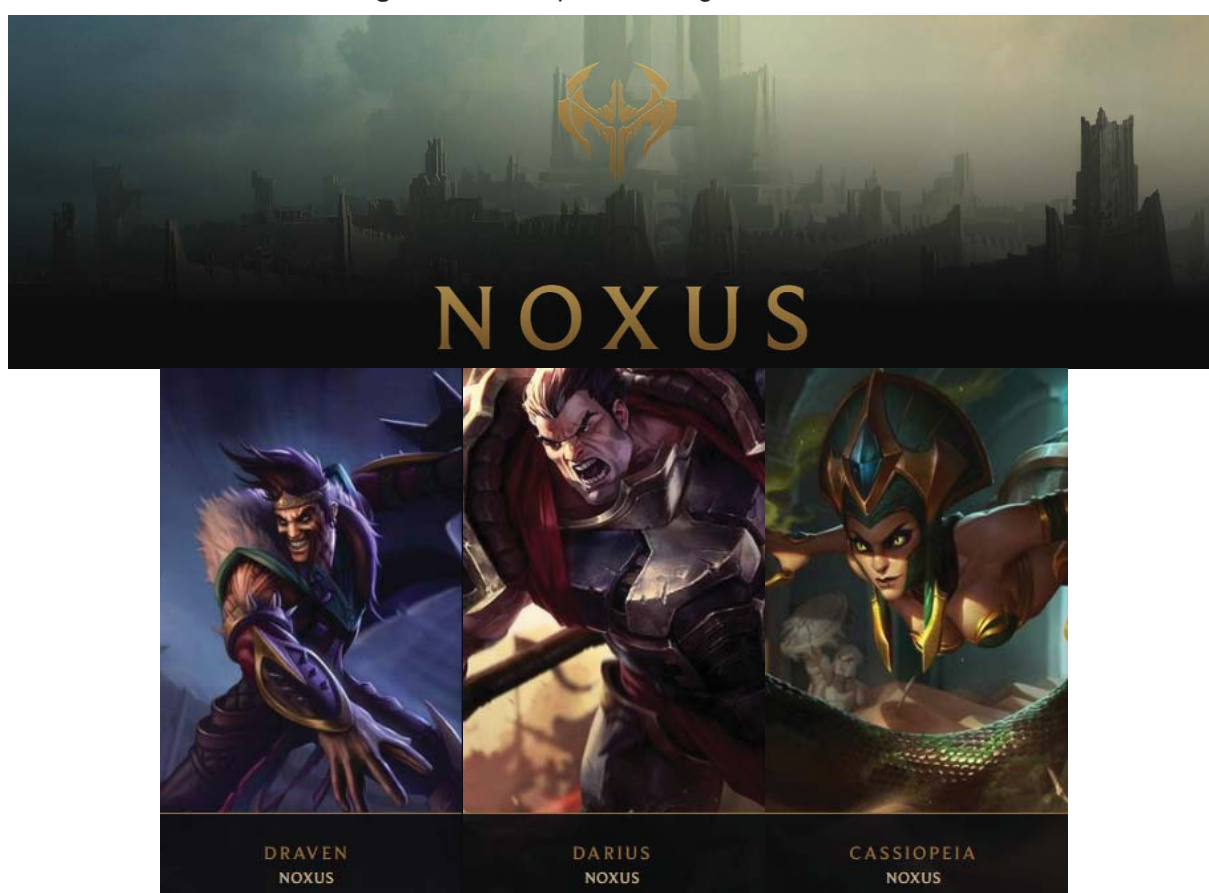
Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 126: Campeões da região de Noxus.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 127: Campeões da região de Noxus.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 128: Campeões da região de Piltover.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 129: Campeões de Runeterra.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 130: Campeões de Runeterra.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 131: Campeões de Runeterra.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 132: Campeões da região de Shurima.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 133: Campeões da região de Shurima.



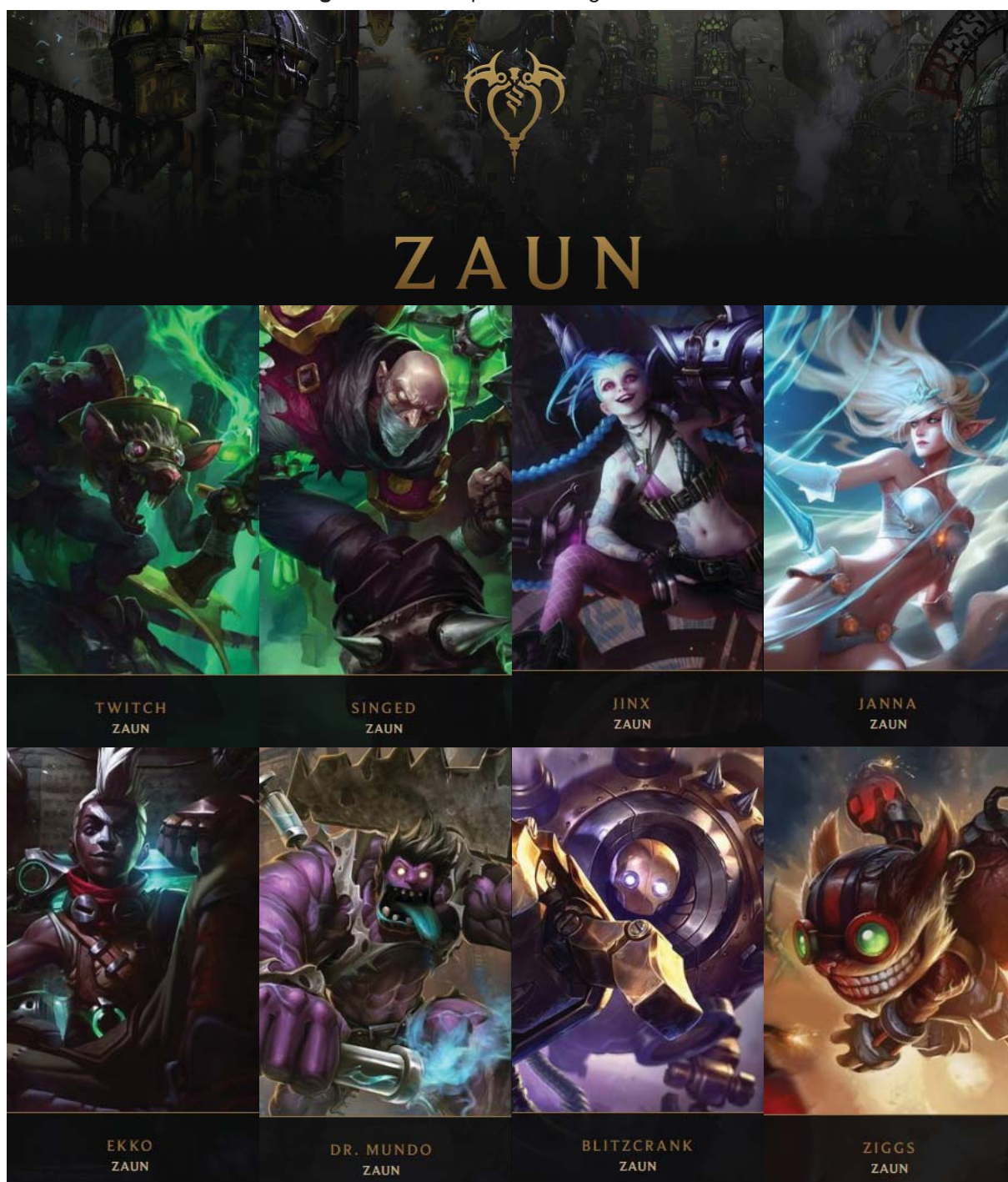
Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 134: Campeões da região do Vazio.



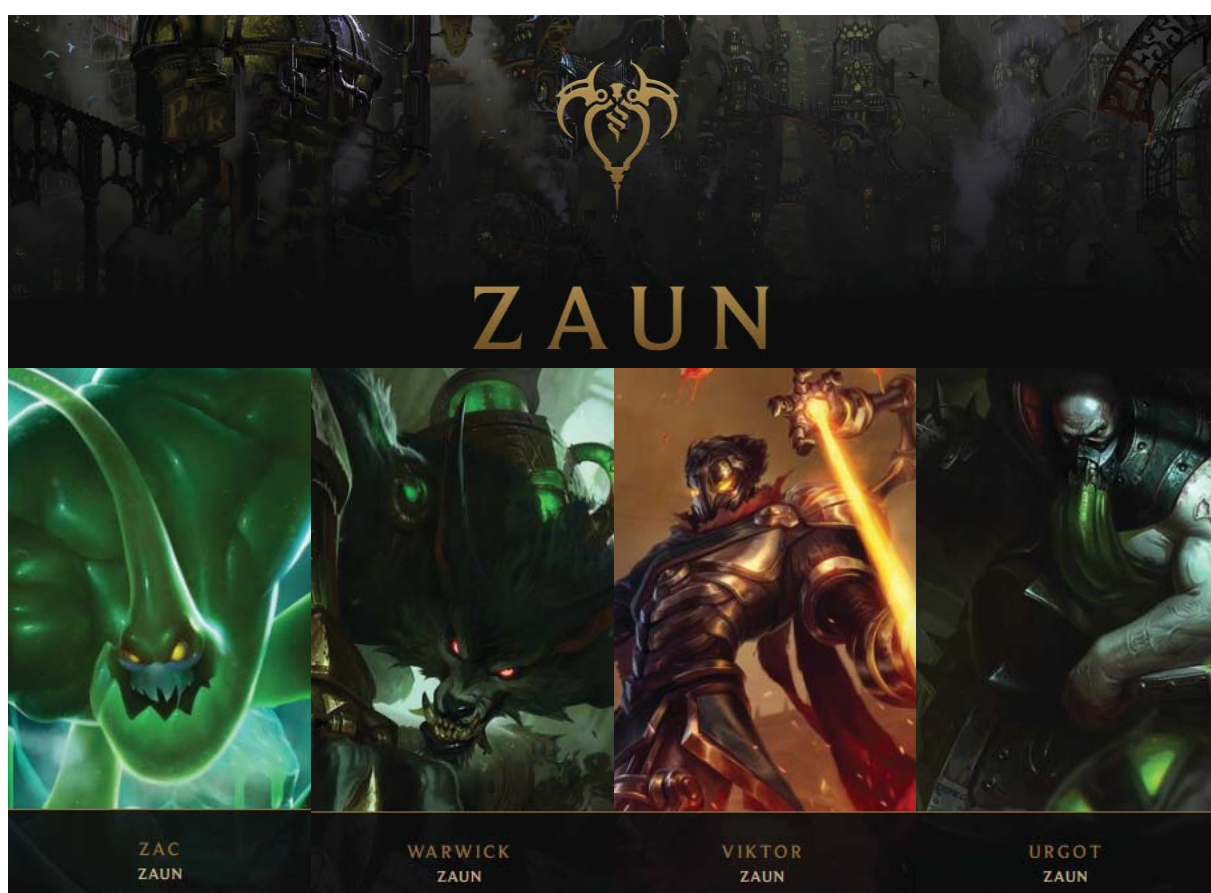
Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 135: Campeões da região de Zaun.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Figura 136: Campeões da região de Zaun.

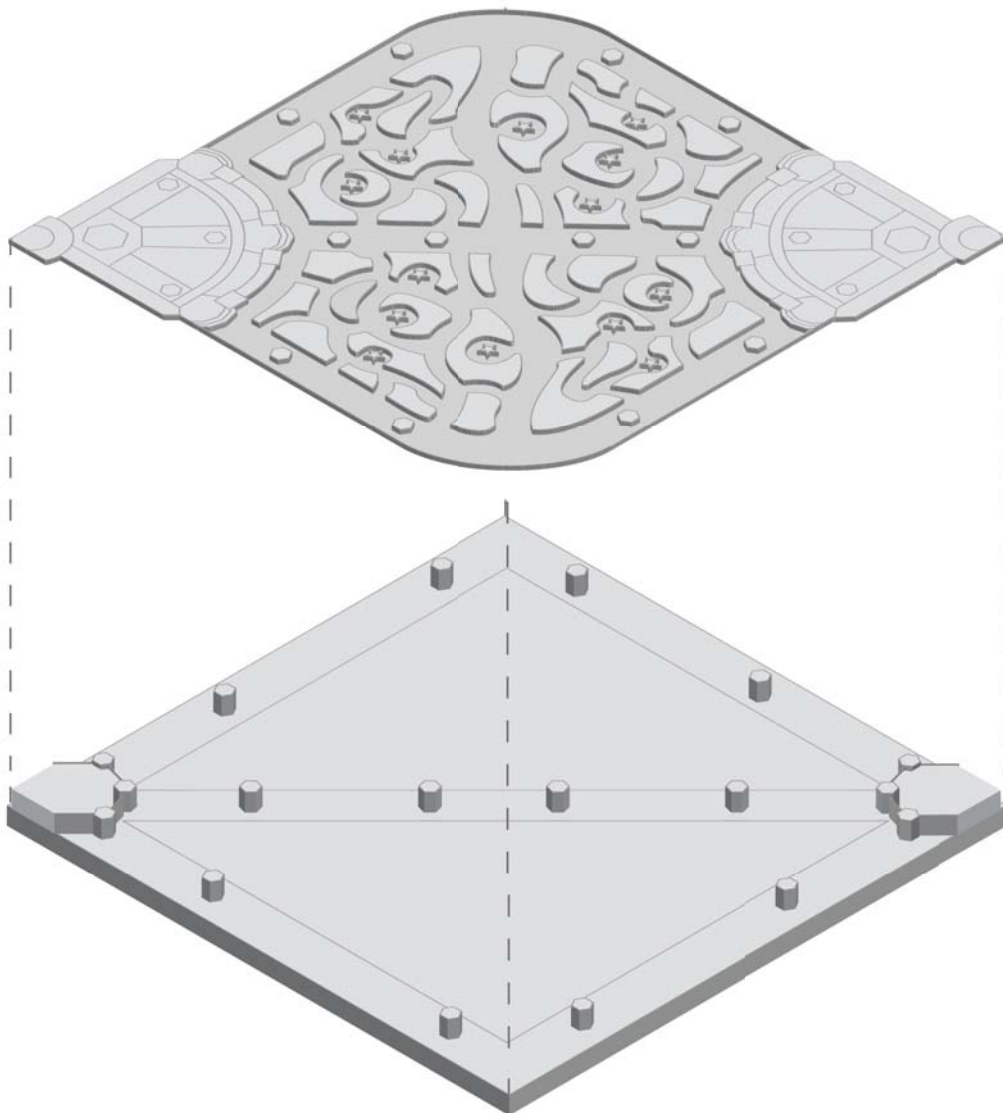


Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

3.3.3. *League of Legends* como um sistema complexo.

Analisando *League of Legends* enquanto jogo, pude constatar que seu processo criativo foi inspirado por jogos que nasceram dos processos de modificação que deram origem a *Defense of the Ancients (DotA)* e *Starcraft: Aeon of Strife*. A definição do conceito de *Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)* estabeleceu uma estrutura fundamental que foi utilizada para a concepção de *League of Legends* na qual duas equipes em lados opostos de um cenário devem progredir em direção à base do adversário enquanto superam os obstáculos encontrados no caminho. Vejamos uma comparação com a estrutura fundamental do *MOBA* e sua forma no cenário *Summoner's Rift*:

Figura 137: Comparação entre a estrutura fundamental dos *MOBA's* e o cenário *Summoner's Rift*.



Fonte: SILVA, Thiago R., 2019.

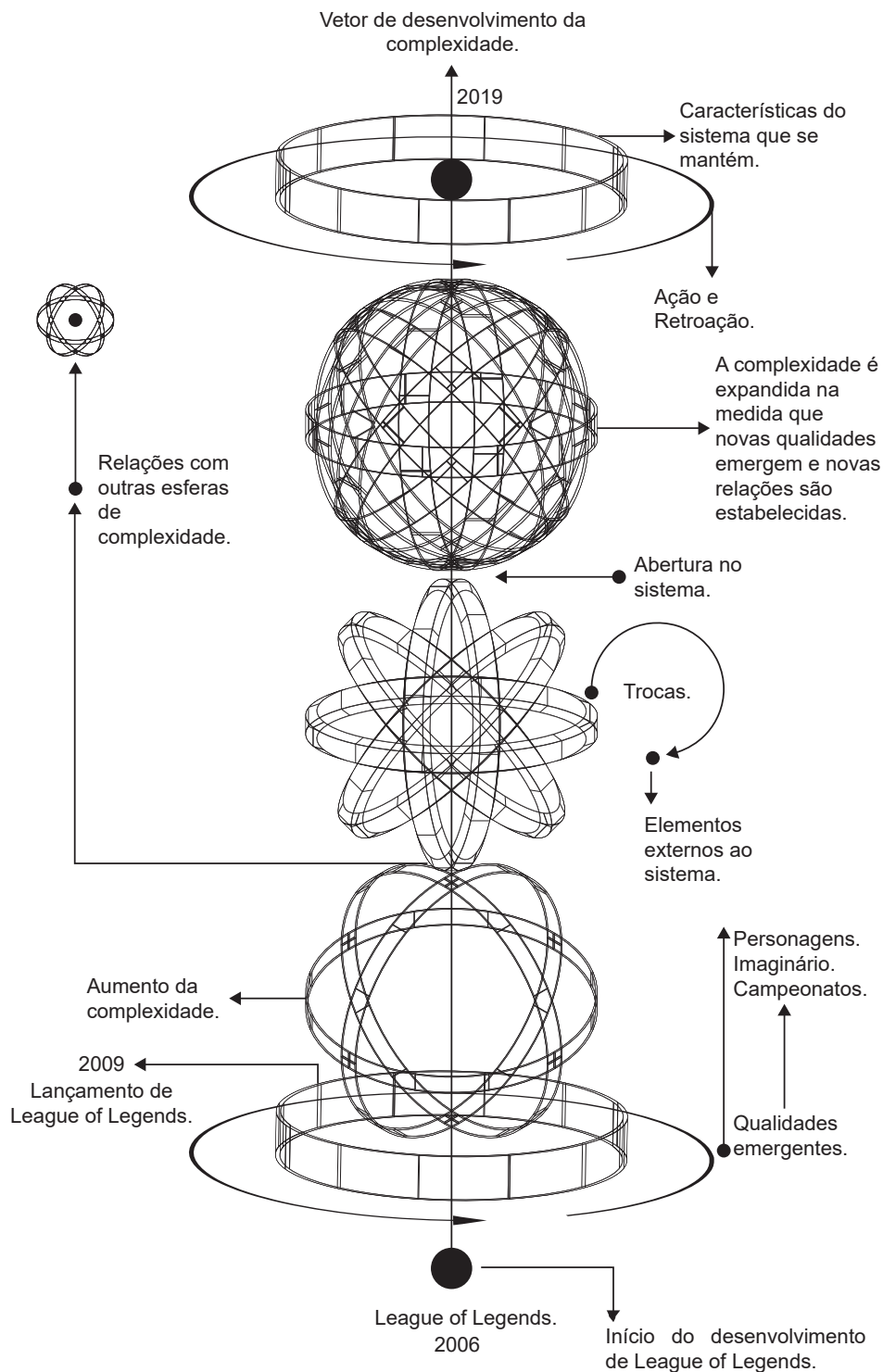
A estrutura fundamental define as bases dos times em lados opostos do cenário e as rotas pelas quais os Campeões devem seguir em direção à base adversária. Essa estrutura também estabelece que há torres que devem ser derrubadas para que os Campeões possam avançar no território. Por sua vez, a grande variedade de Campeões dá a opção para que os jogadores possam diversificar suas escolhas. Toda partida em *League of Legends* é diferente, pois a grande quantidade de elementos (Campeões) de jogo e a variação de jogadores controlando os personagens criam um ambiente no qual o jogador terá uma experiência diferente entre o início e o fim da partida. Essa variação se dá, a princípio, pelo estabelecimento de um cenário imutável no qual há a possibilidade de duas equipes com cinco jogadores cada escolher cinco entre uma grande variedade de Campeões.

League of Legends foi lançado com quarenta Campeões disponíveis e desde seu lançamento, novos Campeões foram disponibilizados somando no momento deste estudo (2019) cento e quarenta e três personagens com habilidades e funções diferentes. A percepção tida na realização da pesquisa é de que, enquanto jogo, os cenários nos quais ocorrem as batalhas funcionam, sob a lógica da estrutura fundamental dos *MOBA's*, como uma espécie de tabuleiro no qual os Campeões atuam como peças, cada qual controlado por um jogador. Dada a grande variedade de Campeões, o jogador pode sempre variar o Campeão que utiliza, tendo uma experiência de jogo diferente mesmo o cenário e o objetivo do jogo ser o mesmo. Assim como em diferentes jogos digitais, *League of Legends*, possui um sistema no qual o Campeão ganha experiência mediante combate e é fortalecido com a aquisição de itens (*power-ups*) durante a partida. É nesse sentido que percebo que há uma espécie de herança em termos de conceitos utilizados no processo criativo do jogo, pois os mesmos conceitos são encontrados em jogos mais antigos.

Tomando como base a teoria da complexidade, constato que em *League of Legends* há um sistema de regras fundamental para o funcionamento do jogo. Este sistema está aberto a novos elementos que trazem variação e novidade, tornando possível uma nova experiência interativa para o jogador sempre que um novo elemento (Campeão ou mecânica de jogo) é adicionado. O avanço que o jogador obtém nas partidas em termos de equipamento, habilidades, evolução do Campeão, etc, passa por um processo de retroação assim que a partida se encerra resultando em um ciclo que se repete toda vez que o jogador inicia uma partida porém com uma

grande chance de variação já que há uma grande quantidade de elementos no jogo que possibilitam essa experiência variada. Dessa forma, a experiência de jogo e a evolução que se mantém é a do jogador que aprimora suas habilidades conforme joga e tem a oportunidade de expandir seu conhecimento sobre o jogo ao utilizar Campeões diferentes.

Figura 138: Desenvolvimento da complexidade em *League of Legends*.



Fonte: SILVA, Thiago R., 2019.

Desde que *League of Legends* foi lançado ele demonstra ser um sistema que está aberto a trocas e interações. Sua complexidade faz com que esse sistema não fique restrito apenas ao digital mostrando-se um fenômeno (como será desenvolvido no capítulo 4) com implicações sócio/culturais/comunicacionais. A inclusão de um novo Campeão não infere apenas na revisão ou na mudança do código de programação do jogo. Há mudanças no imaginário que por sua vez tem sido desenvolvido de forma fragmentada, já que durante as partidas há pouca informação sobre o imaginário e a narrativa em *League of Legends*. Apenas uma biografia curta sobre o Campeão é mostrada para o jogador, sendo que o imaginário é apresentado em outras mídias (site do jogo, vídeos no *Youtube*, histórias em quadrinhos, ilustrações, música), outra característica que mostra que a complexidade de *League of Legends* não fica restrita a uma mídia, mas sim, está em comunicação por meio de diferentes mídias.

O processo de criação de *League of Legends* não terminou em seu lançamento, ele continua desde então graças a abertura no sistema que faz com que periodicamente haja novos elementos adicionados. A cada elemento novo no jogo, o sistema passa por um processo de atualização no qual todas as características são revistas para que haja equilíbrio durante as partidas e que, por sua vez, envolvem o imaginário de *League of Legends*. O imaginário mítico vem sendo processualmente criado ao mesmo tempo que um imaginário social surgiu e se expande.

Capítulo 4

O imaginário em *League of Legends*

4. 1. O processo de desenvolvimento das narrativas em *League of Legends*.

Em *League of Legends* não há uma narrativa prévia guiando os jogadores. Ao iniciar o jogo, escolher seu Campeão e um cenário para jogar (*Summoner's Rift*, *Twisted Treeline* ou *Howling Abyss*) o jogador não é exposto a nenhum argumento narrativo que justifique o combate. A princípio, o jogo possui uma jogabilidade semelhante a um tabuleiro com peças dispostas, porém, mesmo sua mecânica não sendo baseada numa narrativa como em jogos como *Final Fantasy* ou *The Legend of Zelda*, nos quais o jogador segue uma história com lugares e personagens que possuem uma relação direta para o desenvolvimento da narrativa, não há a exclusão total de um mito e um imaginário em *League of Legends*. Os Campeões possuem referências míticas em sua composição e o jogo tem como cenário um mundo de fantasia chamado *Runeterra* que é dividido em regiões às quais os Campeões pertencem.

Figura 139: Mapa de Runeterra e suas regiões.



Fonte: https://map.leagueoflegends.com/pt_BR

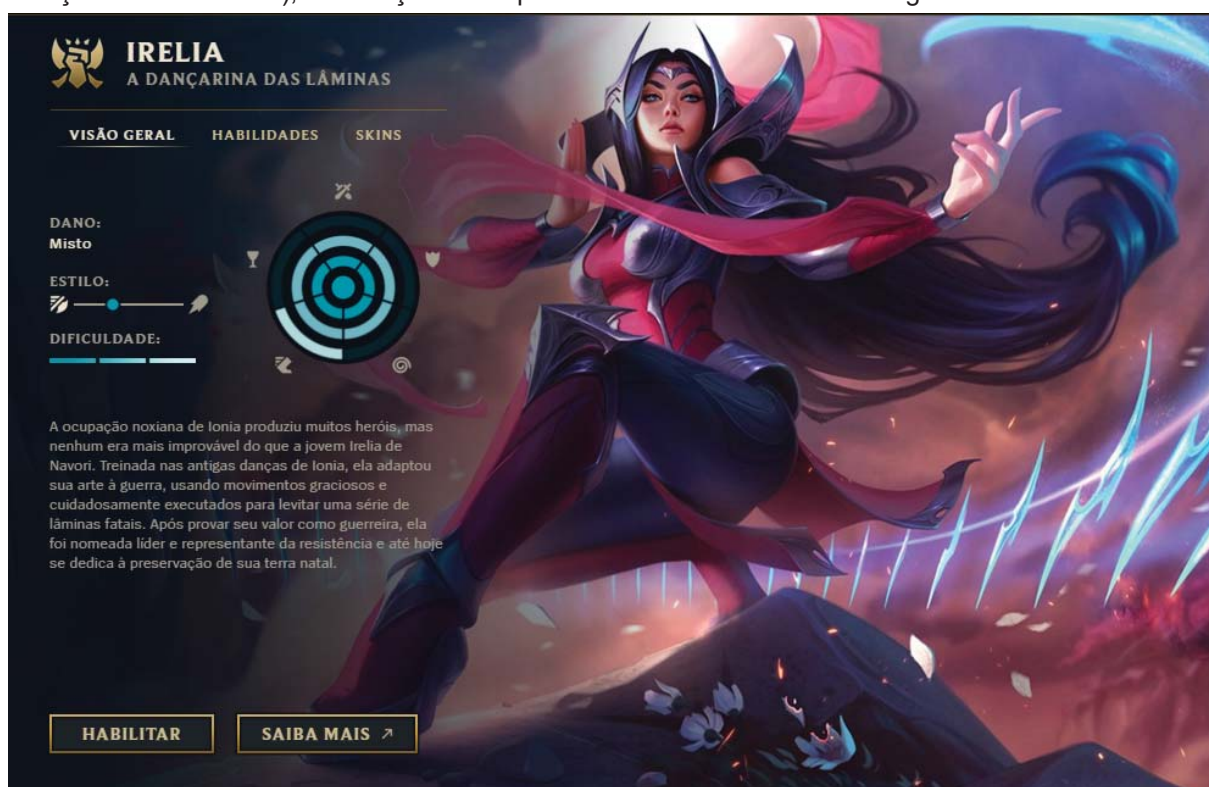
Cada Campeão possui no mínimo uma biografia curta que contextualiza o jogador sobre alguns aspectos do personagem, além disso, ao longo dos anos há Campeões que tiveram suas narrativas desenvolvidas em diferentes mídias. As biografias curtas são em geral um pequeno parágrafo disponível para o jogador na seção de Campeões no menu Coleção e são o primeiro contato que o jogador tem com algum tipo de narrativa em *League of Legends*. Segundo relato¹² publicado por

Ariel “Thermal Kitten” Lawrence, líder de narrativa na Riot Games:

Até pouco tempo atrás, as informações existentes no cliente não seguiam nenhum critério de comprimento nem de tema. Algumas nem eram biografias e, sim, microcontos. Algumas eram extremamente curtas e outras eram tão longas que o apelo do Campeão se perdia. No geral, a experiência era altamente imprevisível e isso deixava alguns Campeões prejudicados e negligenciados. (LAWRENCE, 2018)

Lawrence esclarece que a decisão por textos pequenos se deu como uma forma de “aperitivo” para os jogadores lerem rapidamente enquanto esperam na fila pelas partidas para que possam ter ideia a respeito da origem do personagem. Caso o jogador queira saber mais a respeito da origem do Campeão, ele pode acessar a biografia completa na sessão Universo¹³ do site de *League of Legends* diretamente pela tela do Campeão no cliente do jogo, mesmo assim, há um limite estipulado em 600 palavras para que a equipe de criação desenvolva a biografia completa. Vejamos um exemplo na imagem a seguir:

Figura 140: Tela da Campeã Irelia. Na tela de Campeão há o nome (Irelia), um título atribuído (A dançarina das lâminas), informações a respeito de suas habilidades e a biografia curta.



Fonte: Cliente de *League of Legends*.

12. LAWRENCE, Ariel. /dev: Mergulhando nas biografias dos campeões. O que são, por que fazemos e como atualizamos a biografia do Nautilus. Disponível em: <<https://nexus.leagueoflegends.com/pt-br/2018/05/dev-diving-into-champion-bios/>>. Acesso em 14 de abr de 2019.

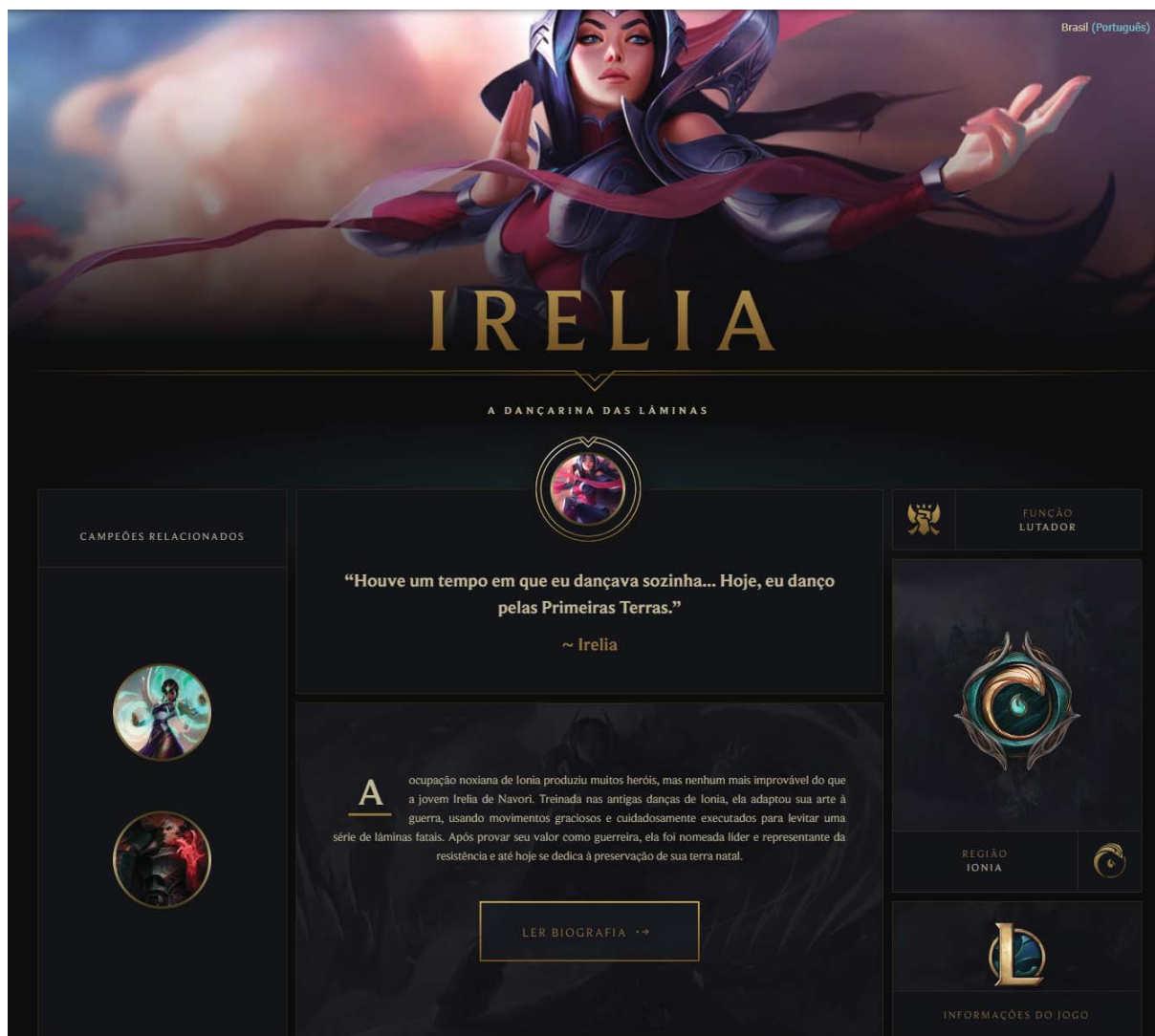
13. Sessão Universo do site de *League of Legends*. Disponível em: <https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/>. Acesso em: 13 de jan. de 2019

Na tela da Campeã Irelia, no cliente de *League of Legends*, o jogador tem acesso à seguinte biografia curta:

“A ocupação noxiana de Ionia produziu muitos heróis, mas nenhum era mais improvável do que a jovem Irelia de Navori. Treinada nas antigas danças de Ionia, ela adaptou sua arte à guerra, usando movimentos graciosos e cuidadosamente executados para levantar uma série de lâminas fatais. Após provar seu valor como guerreira, ela foi nomeada líder e representante da resistência e até hoje se dedica à preservação de sua terra natal.” (Biografia curta de Irelia, Cliente de League of Legends, 2019)

Caso o jogador clique no botão “Saiba Mais” na tela da Campeão, ou então acesse a sessão Universo no site de *League of Legends*, é apresentado a ele mais informações a respeito do personagem. Vejamos na imagem a seguir:

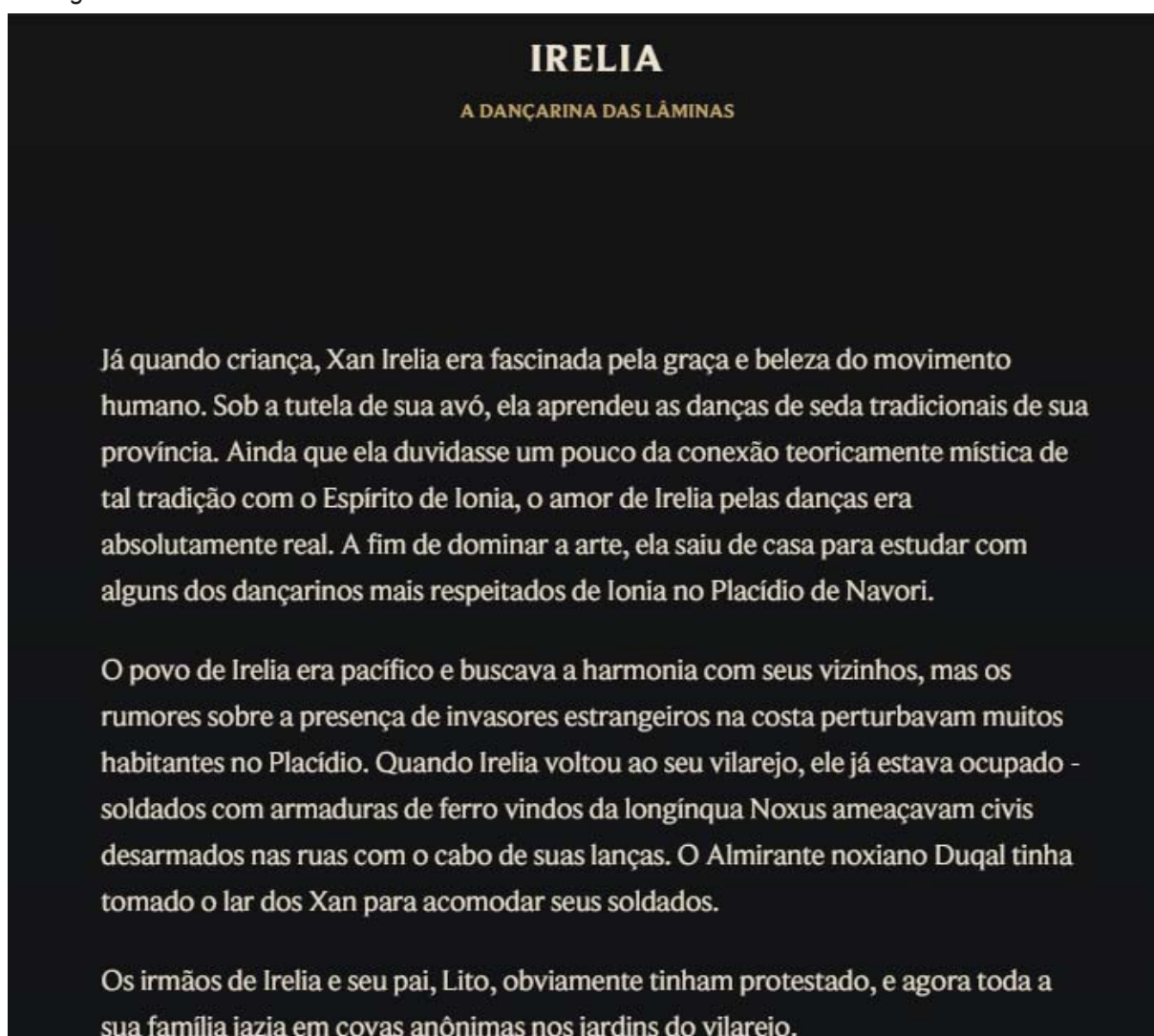
Figura 141: Página da Campeã Irelia na sessão correspondente ao universo de *League of Legends*.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champion/irelia/

A biografia curta de Irelia, também disponível em sua página no site de *League of Legends* apresenta ao jogador informações básicas sobre a personagem. Ao lê-la o jogador toma conhecimento que Irelia pertence à região de Navori, em Ionia e que suas habilidades de combate surgiram ao adaptar sua dança para o uso de lâminas durante os conflitos que emergiram a partir da invasão realizada pela região de Noxus. Acessando a biografia disponibilizada no site, é exposta ao jogador uma história com mais conteúdo do que está presente na sessão do Campeão no cliente do jogo. Vejamos na imagem a seguir:

Figura 142: Fragmento da biografia Campeã Irelia na sessão correspondente ao universo de *League of Legends*.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/story/champion/irelia/, 2019.

Na biografia completa de Ireliã, temos o seguinte texto:

“Jã quando criança, Xan Ireliã era fascinada pela graça e beleza do movimento humano. Sob a tutela de sua avó, ela aprendeu as danças de seda tradicionais de sua província. Ainda que ela duvidasse um pouco da conexão teoricamente mística de tal tradição com o Espírito de Ionia, o amor de Ireliã pelas danças era absolutamente real. A fim de dominar a arte, ela saiu de casa para estudar com alguns dos dançarinos mais respeitados de Ionia no Placídio de Navori.

O povo de Ireliã era pacífico e buscava a harmonia com seus vizinhos, mas os rumores sobre a presença de invasores estrangeiros na costa perturbavam muitos habitantes no Placídio. Quando Ireliã voltou ao seu vilarejo, ele já estava ocupado - soldados com armaduras de ferro vindos da longínqua Noxus ameaçavam civis desarmados nas ruas com o cabo de suas lanças. O Almirante noxiano Duqal tinha tomado o lar dos Xan para acomodar seus soldados.

Os irmãos de Ireliã e seu pai, Lito, obviamente tinham protestado, e agora toda a sua família jazia em covas anônimas nos jardins do vilarejo.

Tomada pelo luto, a jovem viu os homens de Duqal transportando bens de valor de dentro de sua casa. Entre os bens saqueados estava uma grande insígnia de metal com o brasão da família Xan. Ireliã correu em direção aos noxianos, tentando arrancar o objeto das mãos deles. O almirante a jogou no chão e mandou seus soldados destruírem a insígnia com um grande martelo de ferro, além de ordenar a escavação de uma nova cova para aquela criança rebelde.

Quando os homens a cercaram, Ireliã desviou o olhar, olhando apenas para as peças da insígnia Xan espalhadas pelo chão. Ela sentiu um ritmo estranho pulsar nas profundezas de sua alma. Os fragmentos de metal começaram a se mexer, a se retorcer, a voar por conta própria, e Ireliã sentiu novamente a paz serena das antigas danças...

Com um único movimento de seu braço, ela fez as peças voarem como lâminas serradas que cortaram fundo dois dos noxianos ali presentes. Ao que Duqal e seus soldados recuaram em choque, Ireliã recolheu os fragmentos da insígnia e fugiu do vilarejo.

Nas silenciosas florestas para além de seu lar, Ireliã chorou por sua família e começou a lembrar dos ensinamentos de sua avó. Ela percebeu que as técnicas que aprendera eram mais do que meras danças: eram uma expressão poderosa de algo muito maior.

Não demorou muito para que a ocupação noxiana começasse a testar o frágil equilíbrio das Primeiras Terras. Conta-se que até mesmo Karma, a líder religiosa, havia sido obrigada a enfrentar os invasores com magia fatal, embora seus discípulos houvessem se retirado até o Altar Perene, contrários a qualquer forma de violência. Do outro lado de Navori, vozes dissidentes começaram a se unir; era a resistência se formando. Eles não descansariam até que Ionia voltasse a ser livre. Ireliã entrou para as tropas de resistência e, em uma tentativa de preservar algum vestígio de sua cultura ameaçada, começou a organizar apresentações das antigas danças nos acampamentos na floresta.

Ela mal havia completado quatorze anos quando se viu novamente no Placídio. Os guerreiros de sua tropa de resistência juntaram-se à milícia, que tinha jurado proteger os monastérios e os jardins sagrados.

Mas Noxus sabia muito bem o que aquele lugar representava... Um general particularmente astuto chamado Jericho Swain capturou o Placídio e fez de seus defensores reféns, esperando atrair inevitáveis reforços até uma armadilha.

Foi nesse momento que Ireliã ascendeu ao seu destino. Solta de suas amarras, ela libertou todo o potencial da sua antiga dança das lâminas, atacando o inimigo em um ímpeto gracioso. Dezenas dos veteranos de Swain

caíram ao chão, armando um caos em meio às tropas, enquanto os outros prisioneiros se juntavam à luta de Ireliã. Foi então que ela acertou o próprio general - e a visão daquela garotinha rebelde balançando o braço decepado de Swain acima de sua cabeça viria a se tornar o momento determinante da guerra.

Essa vitória, a Grande Resistência de Navori, tornou o nome de Xan Ireliã conhecido em toda a Ionia, que agora a via como um símbolo de liderança. Mesmo relutante, ela liderou o crescente movimento de resistência por quase três anos e empreendeu centenas de batalhas árduas antes de seu triunfo na Baía de Dalu. Lá, ela finalmente encurralou o derrotado Almirante Duqal e executou a vingança que há tanto desejava.

Embora a guerra tivesse terminado há um tempo, Ionia foi permanentemente alterada por ela. As Primeiras Terras agora estão divididas, com facções rivais que se enfrentam quase tão amargamente quanto o fizeram com os noxianos. Muitos continuam buscando respostas em Ireliã, mas, embora alguns aceitem totalmente o seu poder, Ireliã nunca ficou totalmente à vontade com ele.

No fundo, tudo o que ela queria era poder novamente dançar sozinha.” (Biografia de Ireliã, 2019)

O desenvolvimento da biografia do Campão apresenta para o jogador informações que ele não tem acesso durante o jogo. Embora no site o espaço dedicado para o desenvolvimento do personagem seja maior, ele possui um limite de palavras estipulado para que a equipe de criação desenvolva o texto. As razões apresentadas por Ariel Lawrence para o limite de palavras são (1) os eventos descritos devem estar relacionados à forma como o Campeão é apresentado ao jogador e no relacionamento com a narrativa de outros Campeões e regiões, assim despertando maior interesse nos jogadores pelas narrativas e (2) a limitação em palavras faz com que a equipe de criação desenvolva apenas o que é importante para o Campeão escolhendo as palavras adequadas para transmitir a ideia para o leitor. Há casos, conforme relatado por Lawrence a respeito da atualização da biografia do Campeão Nautilus, que a comunidade de jogadores reage de forma negativa à história apresentada, forçando a equipe de criação da história rever suas decisões criativas. Segundo as palavras de Lawrence a respeito dos comentários feitos sobre a história de Nautilus:

No início, os comentários estavam devagar quase parando, mas depois deslancharam. Em mais de mil comentários, ao longo de cinquenta páginas nos fóruns, os jogadores de Nautilus deram uma verdadeira aula sobre o que o Campeão significava para eles. Uma das coisas mais legais de escrever para o League é sentir a paixão que os jogadores têm por esses personagens e pelo mundo deles. (Mas também fico extremamente abalado quando alguma coisa que eu escrevo interfere negativamente nessa paixão!) (LAWRENCE, 2018)

Conforme a declaração de Lawrence, para alguns jogadores um Campeão é mais do que uma peça no jogo. Ele possui um significado particular para cada um que

o escolhe e sua narrativa deve respeitar essa relação entre o jogador e o Campeão. A equipe de criação ao considerar os comentários dos jogadores demonstram que a comunidade de *League of Legends* interfere nos processos criativos e que, decisões equivocadas a respeito da criação e expansão da história de um personagem podem causar algum tipo de frustração nos jogadores que tem como expectativa ver o seu Campeão predileto ter o desenvolvimento da narrativa resultando em algo que vai contra aquilo que eles esperam. Neste mesmo relato, Lawrence esclarece que os comentários dos jogadores são úteis para a equipe de criação.

Além das biografias completas, a narrativa de *League of Legends* tem sido desenvolvida em diferentes mídias. O mito é parte do jogo e as narrativas de *Runeterra* e de alguns de seus personagens são apresentadas por meio de histórias em quadrinhos, crônicas no site do jogo, vídeos em animação computadorizada e áudio contos que apresentam parte do imaginário que o jogador não tem acesso enquanto joga.

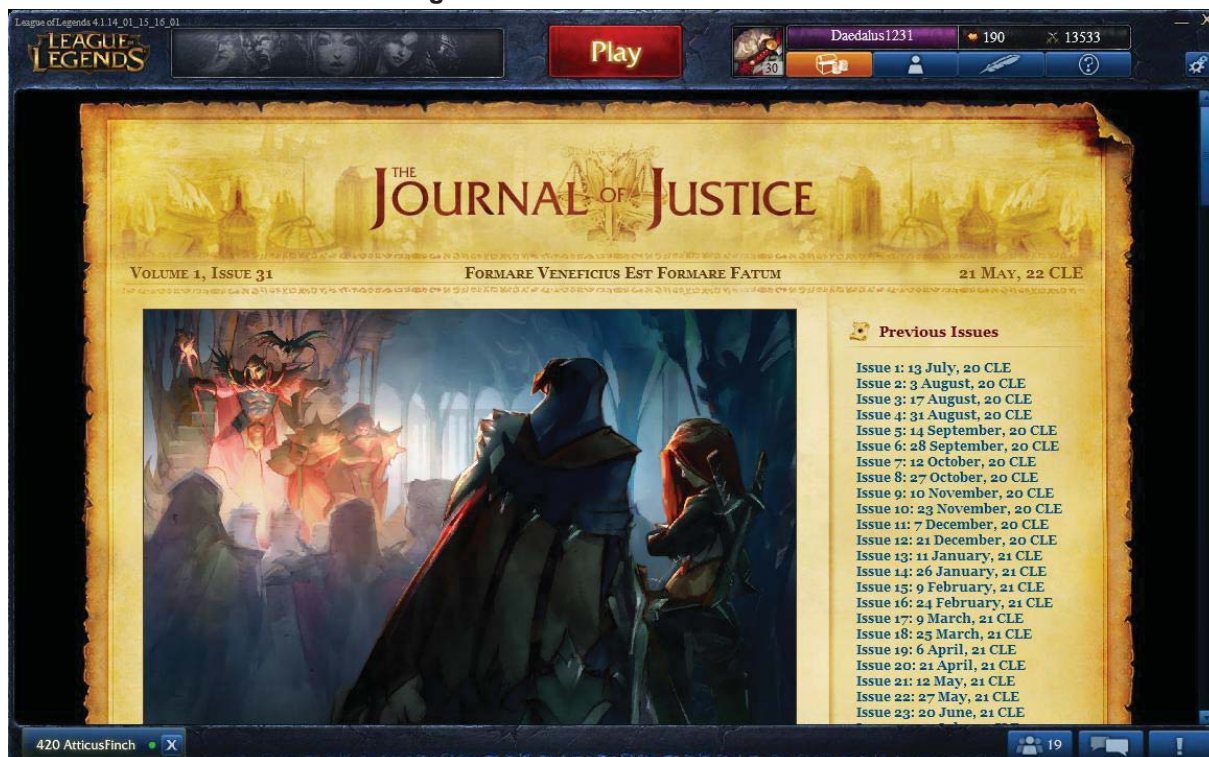
A primeira exposição referente à narrativa de *League of Legends* foi feita no ano de 2011, dois anos após o lançamento oficial, quando foi integrado o *The Journal of Justice* no cliente de *League of Legends*. Essa opção apresentava ao jogador informações sobre o imaginário do jogo por meio de crônicas sobre *Runeterra* e os Campeões. Foram escritos trinta e um volumes com histórias que possibilitavam aos jogadores se informar sobre os conflitos entre os personagens e as regiões, mas que posteriormente foi descontinuado, fazendo com que as histórias fossem integradas ao site de *League of Legends*. Essas crônicas foram publicadas apenas em inglês.

Com a integração das narrativas no site do jogo, o jogador que quisesse ter conhecimento sobre os acontecimentos referentes à história de cada Campeão teria que acessá-las em outras mídias. Sendo assim, entre o ano de lançamento de *League of Legends* e o momento atual da escrita desta tese (2019), as histórias sobre os Campeões e os acontecimentos em *Runeterra* são contados de forma fragmentada e criadas de forma processual, utilizando de diferentes meios de comunicação para narrar os eventos que apresentam aos jogadores informações a respeito dos Campeões.

Os processos de desenvolvimento das narrativas estão registrados em relatos disponibilizados ao público no qual os responsáveis pela criação relatam as diretrizes tomadas para o desenvolvimento da história ou as atualizações referentes à narrativa

particular de algum Campeão. Esses relatos estão disponíveis para os jogadores que podem acessá-los em um site¹⁴ específico disponibilizado pela Riot Games no qual encontramos diversas exposições a respeito do desenvolvimento de *League of Legends*.

Figura 143: *The Journal of Justice*.



Fonte: <https://forum.br.leagueoflegends.com/t5/Arte-M%C3%BAsica-Hist%C3%B3ria/KAI-SA-A-filha-do-Vazio-Rela%C3%A7%C3%A3o-com-Kassadin-amp-Poss%C3%ADveis/td-p/138429>

Em um relato¹⁵ disponibilizado online no ano de 2018, Ariel “Thermal Kitten” Lawrence e Laurie “Scathlocke” Goulding, editor-chefe de narrativa, apresentam informações a respeito das diretrizes internas da empresa para a criação da narrativa em *League of Legends*. Segundo Lawrence e Gouldin:

[...] ao longo dos anos, vários elementos da nossa narrativa e da criação de histórias ficaram nas mãos entusiasmadas (e às vezes ao acaso) de membros de várias equipes diferentes. Se às vezes parecia que nossa mão esquerda não sabia o que a mão direita estava fazendo, é porque muitas vezes essas duas mãos estavam separadas, trabalhando em produtos completamente diferentes. (LAWRENCE; GOULDIN, 2018)

A declaração de Lawrence e Gouldin demonstra que até então, a narrativa de

14. NEXUS. Disponível em: <<https://nexus.leagueoflegends.com/pt-br/#>>. Acesso em 22 de abr de 2019

15. LAWRENCE, Ariel; GOULDIN, Laurie. Narrativa em 2018. Uma geral sobre quando, por que e como nós decidimos atualizar a história de um Campeão, e nossos objetivos para 2018. Disponível em: <<https://nexus.leagueoflegends.com/pt-br/2018/02/narrative-in-2018/>>. Acesso em: 04 de fev. de 2019.

League of Legends era criada por diferentes equipes sem que houvesse um diálogo entre elas para a elaboração de um plano de desenvolvimento das histórias. Esse modo fragmentado de desenvolvimento do imaginário narrativo pode ser visto na forma como há Campeões que possuem muito mais conteúdo desenvolvido a respeito de sua história particular do que outros, que muitas vezes não possuem muito mais do que as informações disponíveis na biografia curta que o jogador encontra no cliente do jogo ou uma versão um pouco ampliada dessa biografia no site. A formação de uma equipe que é responsável por interconectar esses fragmentos só foi estabelecida no ano de 2018, no momento que Lawrence e Gouldin assumiram esse papel. Conforme podemos ver neste relato:

Nossa nova e principal missão é levar Runeterra a outro nível — algo que possamos desenvolver e expandir conforme necessário no futuro — e fazer com que todos os Campeões tenham seu próprio lugar dentro dela. (LAWRENCE; GOULDIN, 2018)

A composição dessa equipe de criação estabeleceu como objetivo, de acordo com o documento citado, (1) aumentar o lançamento de material referente à narrativa dos Campeões, disponibilizando mais informações do que habitualmente tem sido feito; (2) aumentar a interação com os jogadores por meio da publicação dos registros de criação e (3) responder perguntas antigas feitas sobre o imaginário de *League of Legends* que até então possuem informações vagas. Os registros de processo deixam claro para os jogadores o modo como são tomadas as decisões de desenvolvimento do jogo e também evidenciam para os interessados em desenvolvimento de games os aspectos do processo de criação. A narrativa de *League of Legends* vem sendo construída e atualizada ao longo do tempo e, analisando as declarações da equipe de desenvolvimento, após os anos dedicados ao jogo, a Riot Games estabeleceu que a relação com os jogadores passa a fazer parte desse processo de desenvolvimento, como podemos ver na seguinte declaração:

Passamos muito tempo com nossos Campeões e amamos muito eles. (Sim. Até o Amumu.) Por isso não queremos que você simplesmente “goste” de um Campeão; queremos que você o AME. Ame o bastante para sempre escolher ele no Rift, falar sobre ele, fazer cosplay, escrever fanfiction, criar ilustrações e querer saber mais sobre o mundo dele. Estamos tentando preparar Runeterra para o longo prazo, tentando criar um lugar que possa contar as histórias dos Campeões por muito tempo; e isso significa que tivemos que fazer algumas mudanças. Muitas das mudanças feitas em nossa narrativa nos últimos anos tiveram o objetivo de consolidar personagens, regiões, culturas e histórias para preparar o terreno, mas às vezes essas mudanças foram abruptas e dolorosas. Sabemos que

alguns Campeões foram abordados de forma muito simplificada ou pouco esclarecedora, e queremos evitar isso sempre que possível a partir de 2018. Sem atualizações-surpresa do Varus. Não queremos mais que vocês achem que a Riot não leva em conta a opinião de vocês sobre quais são as melhores partes da história antes de fazer alterações. (LAWRENCE; GOULDIN, 2018)

Os processos que compreendem o desenvolvimento e atualização dos Campeões no que se refere à narrativa passam a abarcar o estímulo ao desenvolvimento de conteúdo pelos jogadores e fãs (*fanfics/fanarts*). A partir do momento que essas diretrizes são estabelecidas, os eventos que ocorrem em *Runeterra* incluem a importância do processo criativo de forma integrada (e não dividido como vinha sendo feito por equipes diferentes que não se comunicavam) de *League of Legends* sob o aspecto de desenvolver um mundo no qual os Campeões não sejam apenas escolhas no jogo, mas sim, em algum ponto da complexidade de *League of Legends*, eles tenham sua participação na rede de relações da qual o mito e o imaginário são parte bem como as características do imaginário social que leva para o cotidiano dos jogadores as imagens do jogo.

Nos entremeios desse processo, a atualização de um Campeão não necessariamente implica em mudanças no seu código de programação. Ela pode expandir as informações a respeito de sua origem, suas motivações, relações com outros Campeões, o que é feito por meio dos textos, histórias em quadrinhos, vídeos e áudio. Segundo as palavras de Lawrence e Gouldin (2018): “podemos “atualizar os personagens” sem que necessariamente algo tenha mudado no jogo.” Essas atualizações que não causam modificações no jogo só passam a ser de conhecimento do jogador caso ele acesse elas nas mídias correspondentes, caso contrário, por elas não terem implicações na jogabilidade, não resultam em modificações na experiência que se tem ao jogar, conforme as palavras da equipe de criação: “Às vezes, os personagens são exibidos visualmente no ambiente de suas histórias, e não em um contexto de jogo abstrato, como em Summoner’s Rift”. (LAWRENCE; GOULDIN, 2018)

O uso de diferentes mídias para contar as histórias dos Campeões e apresentar ao jogador a paisagem e acontecimentos das regiões de *Runeterra* que não são acessíveis no jogo tornou-se o meio utilizado pela equipe da Riot Games para que *League of Legends* não fique restrito apenas às partidas. Alguns Campeões tem fragmentos de sua história particular desenvolvida em histórias em quadrinhos

digitais gratuitas, que expandem aspectos da narrativa particular do personagem. Os Campeões Jinx, Ziggs, Ashe, Varus, Ryze, Nami, Miss Fortune e Darius são, até então, os protagonistas desses quadrinhos. Sendo o escopo do jogo a competitividade entre duas equipes, seu *game design* não possui espaço para que haja o desenvolvimento da narrativa entre os personagens e a paisagem de *Runeterra*, porém, o envolvimento com os Campeões e a curiosidade pelo mundo de fantasia no qual eles habitam faz como que os jogadores fiquem ávidos pelas histórias além das biografias curtas. A respeito da narrativa transmídia, Marie-Laure Ryan afirma que:

Se o desenvolvimento transmídia deve se estender ainda mais, ele deve ser ditado por alguma necessidade narrativa, ao invés de ser tratado como inerentemente desejável. (RYAN, 2015, p. 16)

A produção das narrativas de *League of Legends* demonstra essa “necessidade narrativa” referida por Ryan, já que a inclusão de histórias e meios de expressar o mito e o imaginário durante as partidas modificaria o jogo. As histórias em quadrinhos são um dos meios utilizados para que os jogadores tenham acesso a esse mito e imaginário. Em um relato¹⁶ a respeito da produção das histórias em quadrinhos, disponibilizado *online*, Ellie “With a Smile” Pyle, artista chefe e Eric “Kahnehteh” Canete, artista chefe e diretor de arte da Riot Games declaram que eles tem como objetivo para os quadrinhos (1) aumentar o ritmo de produção das histórias, além de usá-las para promover os Campeões, (2) mostrar o avanço dos Campeões e das regiões que habitam e dar continuidade na construção do mundo de *Runeterra* e (3) promover o encontro entre os Campeões em situações diferentes das encontradas no jogo, mostrando o conflito de suas personalidades e suas interações. Dessas diretrizes, foram produzidas as seguintes histórias:

Darius. Sangue de Noxus. De acordo com declaração de Pyle e Canete, o objetivo dessa história é:

O “Sangue de Noxus” também foi uma tentativa de definir uma região por meio de seus Campeões: Darius, Draven e Quileta têm perspectivas diferentes a respeito de Noxus e seus ideais, que são reveladas ao longo da história. (PYLE; CANETE, 2017)

16. PYLE, Ellie; CANETE, Eric. HQ's experimentais: as quatro primeiras. O que faz uma boa história em quadrinhos? Fizemos alguns testes e agora gostaríamos do seu feedback. Disponível em: <<https://nexus.leagueoflegends.com/pt-br/2017/11/casting-comics-the-first-four/>>. Acesso em 25 de fev de 2019.

Sangue de Noxus expande a história do Campeão Darius e apresenta suas relações com a região a que pertence e o coloca em interação com outros personagens do jogo que também são parte de Noxus. Essas relações não são desenvolvidas no jogo.

Figura 144: HQ digital Darius: Sangue de Noxus.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/comic/darius/bloodofnoxus

Nami. No abismo.

Segundo Pyle e Canete:

Com a HQ de Nami, quisemos explorar um formato feito especificamente para dispositivos móveis: uma história em quadrinhos de rolagem vertical. É um formato bem mais comum na Ásia, mas queríamos ver como os jogadores ao redor do mundo responderiam a uma HQ digital criada com foco na visualização em celulares e navegadores. (PYLE; CANETE, 2017)

A história de Nami explora um formato de histórias em quadrinhos para dispositivos digitais em que a história é narrada verticalmente, diferente da forma convencional na qual a disposição da orientação de leitura é feita horizontalmente como no meio impresso.

Figura 145: HQ digital Nami: No abismo.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/comic/nami/intotheabyss/0/

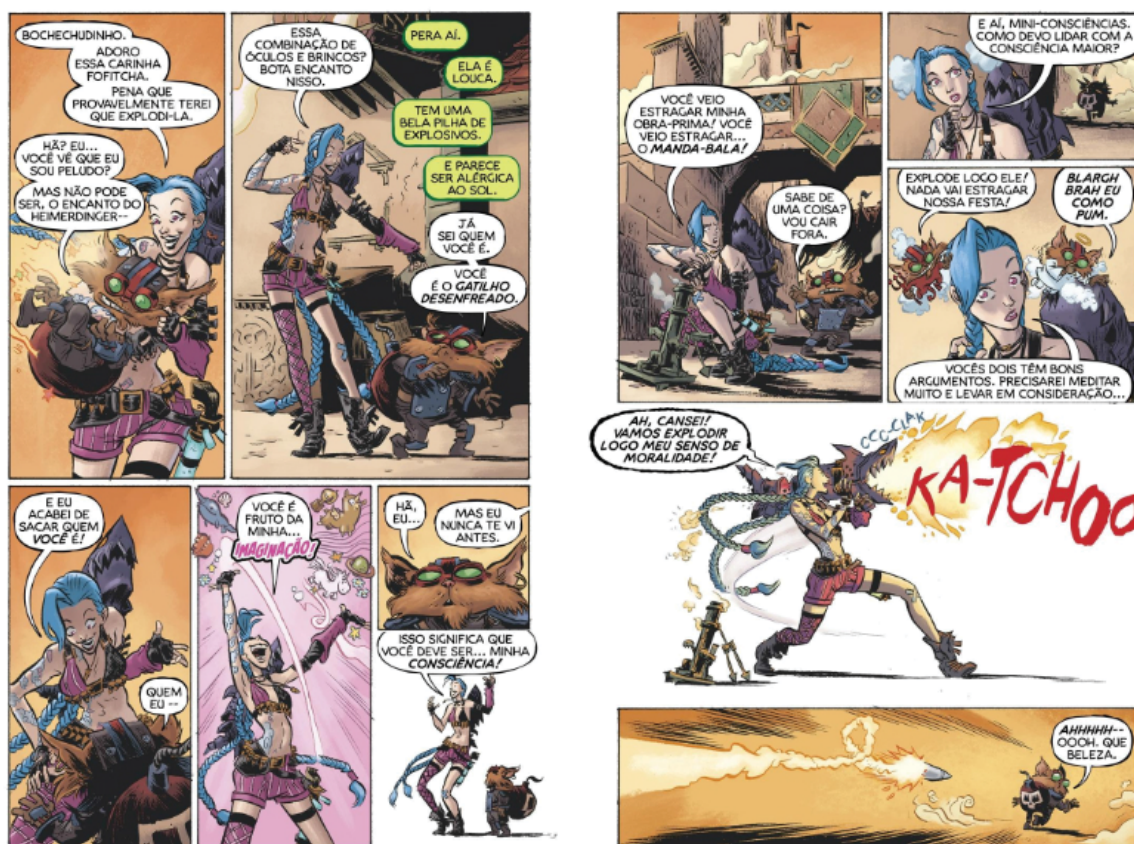
Ziggs & Jinx. Pintando o sete.

De acordo com Pyle e Canete:

À primeira vista, Ziggs e Jinx podem parecer Campeões com um interesse monotemático: explodir coisas. Em “Pintando o Sete”, tentamos explorar a dinâmica de uma amizade entre dois Campeões que compartilham de um interesse por explosões, além de trazer essa interação entre os Campeões que os jogadores tanto queriam (foi a nossa primeira incursão em crossovers estranhos, um clássico no mundo das histórias em quadrinhos!). (PYLE; CANETE, 2017)

A história de Ziggs e Jinx explora a interação entre os dois Campeões da região de Zaun que possuem em comum o uso de armas explosivas.

Figura 146: HQ digital Ziggs & Jinks: Pintando o Sete.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/comic/jinx-ziggs/paint-the-town/0/

Miss Fortune. A sorte sorri.

Segundo declaração de Pyle e Canete:

[...] queríamos uma HQ que desse continuidade a uma das histórias já existentes em Runeterra, então decidimos colocar Miss Fortune em cena após os eventos de “Marés Ardentes”. (PYLE; CANETE, 2017)

A história em quadrinhos de Miss Fortune dá continuidade aos eventos¹⁷ “Marés Ardentes”, disponibilizados sob a forma de crônicas que apresentam a região de Águas de Sentina. Algumas ilustrações dos Campeões envolvidos neste evento se tornaram *Skins* que os jogadores podem comprar para customizar o Campeão durante as partidas.

Além das histórias mencionadas no relato com a declaração de Pyle e Canete, novas edições narrando eventos pertencentes a um Campeão tem sido progressivamente criadas, como no caso de Ashe: Mãe da guerra, Ryze: As terras em chamas e Varus: Almas gêmeas. Há uma tendência em expandir as narrativas

17. Águas de Sentina. Marés Ardentes. Disponível em <<https://br.leagueoflegends.com/pt/site/bilgewater/#>>. Acesso em 2 de mar de 2019.

dos personagens por meio dos quadrinhos, que ao contrário dos vídeos em animação computadorizada, levam menos tempo para serem produzidos.

Figura 147: HQ digital Miss Fortune: A sorte sorri.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/comic/missfortune/fortune-smiles/0/

Figura 148: Skins temáticas de Marés Ardentes para os Campeões Twisted Fate (esquerda) e Graves (direita).

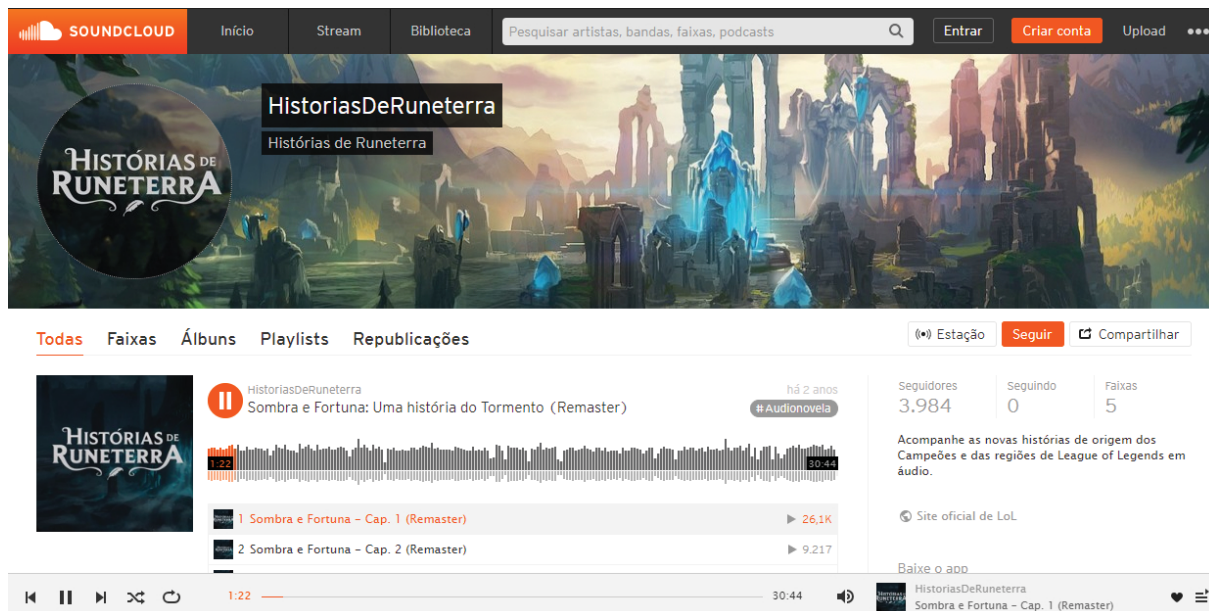


Fonte: <https://br.leagueoflegends.com/pt/site/bilgewater/#brochure-2>

Algumas histórias foram produzidas em áudio e disponibilizadas pelo canal “Histórias de *Runeterra*” no site *SoundCloud*, como no caso do conto “Sombra e Fortuna”, dividido em quatro partes. Nos vídeos, os Campeões são mostrados combatendo em

cenários diferentes dos que são encontrados no jogo, porém, diferente dos áudios e histórias em quadrinhos, eles não desenvolvem aspectos particulares da narrativa dos personagens.

Figura 149: Página Histórias de *Runeterra* no SoundCloud.



Fonte: <https://soundcloud.com/historiasderuneterra>

Desde o lançamento do jogo, o imaginário de *League of Legends* é construído ao longo dos anos com produções textuais, audiovisuais, ilustrações e músicas temas. Há Campeões que são criados com referência a personagens de diferentes mitologias. Mito e imaginário estão presentes no jogo, o que nos leva para o entendimento de *Runeterra* como um mundo de fantasia construído com referências de diversas mitologias. Encaminharmos essa discussão para o campo do imaginário, cujo aporte teórico oferece um meio para a compreensão dessa questão em *League of Legends*.

4.2. A antropologia do imaginário.

No primeiro capítulo fiz menção aos jogos de videogame como um meio no qual as narrativas buscam referências no mito e no imaginário para contar (e representar) histórias. Mito e imaginário configuram um plano noológico (sistema de ideias) que tomam forma e se organizam produzindo sentido. É nos trabalhos de Gilbert Durand que encontramos uma ampla teoria a respeito deste tema no qual o imaginário é apresentado como o “começo da noosfera” (DURAND, 1993, p. 17).

Gilbert Durand compreende o imaginário a partir de um entendimento simbólico

para o estudo dos arquétipos fundamentais que são comuns no imaginário, que é por sua vez a matriz da qual todo pensamento racionalizado se desenvolve por meio de metáforas e do sentido que as acompanha. Para tal compreensão, ele desenvolve o conceito que chamou de trajeto antropológico como o processo pelo qual as imagens são formadas. O trajeto antropológico é descrito por Durand (2002) como um processo de trocas no nível do imaginário entre as pulsões subjetivas do ser humano e as intimações que emanam do meio social. A gênese da imagem parte de uma reciprocidade por meio de trocas entre o meio social e as reações subjetivas a esse meio, e vice-versa. Conforme Gilbert Durand (2002, p. 41), “o imaginário não é mais que esse trajeto no qual a representação do objeto se deixa assimilar e modelar pelos imperativos pulsionais do sujeito”. Sendo assim, o imaginário será entendido tanto como uma produção da consciência humana em relação ao seu meio sócio-cultural quanto emergentes do inconsciente.

O trajeto antropológico é um processo reversível e de dinamismo organizador das imagens. Ele parte dos gestos reflexológicos que são divididos em três gestos dominantes, a saber, o gesto postural, no qual estão relacionadas as imagens verticalizantes, ascencionais e da separação; a dominante digestiva que parte da nutrição cuja representação é feita pelas imagens de aspecto cíclico, do acolhimento, pela descida e pelo eufemismo; por fim, o gesto copulativo, que é representado pelas imagens do acolhimento, da síntese, do ritmo e do ciclo. Os gestos dominantes são o início desse processo que forma a imagem e tem seu último ponto de desenvolvimento na concretização do mito. Gilbert Durand explica os gestos dominantes como sendo:

[...] matrizes sensório-motoras nas quais as representações vão naturalmente integrar-se, sobretudo se certos esquemas (schémas) perceptivos vêm enquadrar e assimilar-se aos esquemas (schémas) motores primitivos, se as dominantes posturais, de engolimento ou rítmicas se encontram em concordância com os dados de certas experiências perceptivas. É a este nível que os grandes símbolos vão se formar, por uma dupla motivação que lhes vai dar esse aspecto imperativo de sobredeterminação característico. (DURAND, 2002, p. 51)

O esquema ao qual Durand se refere é uma generalização comum à imagem que forma a estrutura dinâmica da imaginação e, é a partir da esquematização que é dada a formação dos arquétipos. O termo arquétipo utilizado por Gilbert Durand é derivado do que foi desenvolvido pelo psicanalista C. G. Jung que, ao analisar o inconsciente utiliza esse conceito para se referir às representações coletivas que podem sofrer variações de acordo com o consciente em que se manifestam. A principal

característica do arquétipo está em sua universalidade na qual imagens diferentes estão ligadas em relação a sua manifestação simbólica em uma cultura específica, pois os arquétipos mediam os esquemas e geram as estruturações simbólicas.

Os símbolos se originam a partir dos arquétipos, o que faz com que uma constelação de imagens se desenvolva a partir de um mesmo tema arquetipal. Enquanto o arquétipo se relaciona a uma ideia, o símbolo tem por características a substantivação dessa ideia; está ligado à vida sócio-cultural, já que é mediação para o imaginário. Segundo Durand (1996, p. 73 e 74), o símbolo tem por característica seu aspecto concreto no qual é sensível ao significante; faz conhecer o significado que busca representar e é impossível de apreender direta ou indiretamente. Nesse trajeto antropológico o mito se encontra como a última etapa.

O mito é na antropologia do imaginário a fundação antropológica para todos os discursos. Durand (1985), no início de um de seus textos escreve: “Mito (do grego *“mythos”*: aquilo que se relata). É caracterizado por ser um sistema dinâmico de símbolos (e por consequência, arquétipos e esquemas) que compõem uma narrativa. Esse processo dinâmico de organização dos símbolos em mito é que constitui o que Durand (2002, p. 63) chama de “constelação de imagens” que se desenvolvem em torno dos arquétipos. Caracterizados pelo isomorfismo (mesma forma) no interior dos sistemas míticos, Durand (2002, p. 63) verifica que há “certos protocolos normativos das representações imaginárias” e é a esses protocolos que ele atribuiu o termo “estrutura”, ou seja, protocolos normativos que se agrupam em torno de esquemas originais. Em suas palavras, Durand explica que:

O substantivo “estrutura”, acrescentado a atributos com sufixos tomados da etimologia da palavra “forma”, e que, na falta de melhor, utilizaremos metaforicamente, significará simplesmente duas coisas: em primeiro lugar que essas “formas” são dinâmicas, ou seja, sujeitas a transformações por modificações de um dos termos, e constituem “modelos” taxionômicos e pedagógicos, que dizer, que servem comodamente para a classificação mas que podem servir, dado que são transformáveis, para modificar o campo imaginário. (DURAND, 2002, p. 63)

As estruturas por sua vez se agrupam no que Durand chamou de Regimes do Imaginário. As imagens podem ser classificadas em estruturas pertencentes a um dos dois Regimes do Imaginário: o Regime Diurno e o Regime Noturno.

No Regime Diurno da imagem são estruturadas as imagens ascensionais, a luta contra o tempo, a separação, a vitória contra a morte e a lógica dualista. Regime

da antítese e do maniqueísmo, é dividido em duas partes, sendo elas, segundo Gilbert Durand, “[...] a primeira – [...] – consagra ao fundo das trevas sobre o qual se desenha o brilho vitorioso da luz; a segunda manifestando a reconquista antitética e metódica das valorizações negativas da primeira” (DURAND, 2002, p. 68).

Na primeira parte do Regime Diurno são estruturadas as imagens correspondentes ao simbolismo animal (símbolos teriomórficos), ao simbolismo da noite e da escuridão (nictomorfia) e aos símbolos da queda (catamorfia). A estruturação feita no Regime Diurno apresenta os aspectos dualistas da imagem.

O simbolismo teriomórfico expõe a dupla valorização do simbolismo animal que os distingue entre uma significação positiva e uma significação negativa. O simbolismo nictomórfico isomorfiza as imagens em imagens negativas associadas à escuridão. A catamorfia representa o simbolismo da queda pelo pecado e pela desvirtuação.

Sendo o regime das imagens antitéticas, o Regime Diurno possui uma segunda divisão na qual são classificadas as imagens heróicas e ascensionais que buscam vencer as imagens negativamente valorizadas correspondem ao gesto reflexológico postural. A ascensionalidade e verticalidade postural são segundo Durand (2002, p. 124) “reações reflexas primordiais, naturais, de que os símbolos negativos [...] não são mais que contrapartidas afetivas, complementos catalisadores”. São três as divisões simbólicas que vão se opor aos símbolos negativos do regime diurno, sendo eles os símbolos ascensionais, os símbolos espetaculares e os símbolos diairéticos.

Os símbolos ascensionais, de acordo com Durand (2002, p. 125) são “metáforas axiomáticas”; metáforas claras, de fácil entendimento que são motivadoras naturais das valorizações positivas e suas representações ascensionais. Os símbolos ascensionais são aqueles que representam a reconquista do que foi perdido no processo de queda. O simbolismo espetacular se contrapõe ao simbolismo nictomórfico no qual a luz é representada como luz celeste, purificadora e de transcendência divina. Por fim, a última estrutura das faces positivas do regime diurno é caracterizada pelos símbolos diairéticos, os símbolos da divisão que representam os esquemas e arquétipos ascensionais e espetaculares. A esquematização e a arquetipia diairética transformam a luz em espada ou em raio, no que Durand (2002, p. 159) afirma sendo onde “começa a desenhar em filigrama, sob os símbolos ascensionais ou espetaculares, a figura heróica do lutador erguido contra as trevas ou contra o abismo”, sendo a espada seu símbolo, pois a espada é o instrumento diairético que se opõe aos símbolos

nictomórficos.

Em contrapartida, no Regime Noturno da imagem estão organizadas as imagens da união (estrutura mística) e da harmonia (estrutura sintética) no qual o sentido das imagens sofre a inversão e a imagem está constantemente sob a condição do eufemismo. Assim como no Regime Diurno, o Regime Noturno possui sua própria subdivisão estrutural. A primeira definida pelos símbolos da inversão, intimidade e pelas estruturas místicas. A segunda subdivisão pelas estruturas cíclicas, os esquemas rítmicos e as estruturas sintéticas

Nos símbolos da inversão a queda caracterizada no Regime Diurno torna-se descida voluntária e ocorre o que Durand (2002, p. 199) define como as imagens que se “encontram exorcizadas dos terrores que veicularam transmutadas pelo abandono do regime da antítese”. A inversão eufemizante faz com que a partir da valorização negativa comum ao aspecto diurno tenhamos a valorização positiva por meio da inversão do sentido.

Os símbolos da intimidade são representados pela valorização da morte por meio da inversão que a transforma em regresso ao útero. Com a inversão do sentido da morte, a terra se transforma, segundo Durand (2002, p. 237) em “berço mágico e benfazejo porque é o lugar último de repouso”. O simbolismo da intimidade valoriza positivamente os locais do acolhimento e a importância da morada como lugar de repouso.

Por último, nas estruturas místicas encontramos os símbolos da união e das relações afetivas que valorizam os sentimentos humanos. Está relacionada com a miniaturização e a gulliverização ao prezar pela harmonia e opondo-se à esquizoidia.

A segunda parte do Regime Noturno é representada pelos símbolos cíclicos, os esquemas rítmicos e as estruturas sintéticas. Os símbolos cíclicos representam a repetição, o mito do eterno retorno, a dominação do tempo. Segundo Durand: “Todo símbolo ligado ao ciclo possui ao mesmo tempo sua parte de trevas e a sua parte de luz” (DURAND, 2002, p. 328). Os esquemas rítmicos são representados pela imagem da cruz, do fogo gerado pela fricção e pela figura do messias. A cruz simboliza a união vertical (ascensional) com o horizontal (terreno) e que Durand explica como “toda madeira, enquanto servem para confeccionar uma roda ou uma cruz, servem em última análise, para produzir o fogo irreversível” (Durand, 2002, p. 345). Por fim, as estruturas sintéticas representam todas as intenções do imaginário ao harmonizar

as antíteses e buscar a coerência dos elementos; estrutura dramática que objetiva a síntese e a transformação na qual as imagens estão relacionadas com os gestos digestivos e copulativos.

Os Regimes do Imaginário são identificados a partir do plano discursivo das narrativas míticas. De uma forma geral, o mito é caracterizado por ser uma narrativa constituída de elementos, quase que sempre, não naturais (personagens, situações e cenários), sendo segmentável em unidades semânticas definidas como mitemas (termo este que Durand buscou em Claude Lévi-Strauss (2013)), e que, contrário aos contos de fadas e fábulas, é investido um valor de crença na narrativa.

Sendo entendido como uma narrativa simbólica que legitima a existência de um determinado grupo, pessoa ou objeto no mundo, o mito tem sua principal aplicação na teogonia, na cosmogonia e na escatologia. Durand (1996) identificou que o mito está sujeito a três paradigmas, sendo eles:

Perenidade: Corresponde aos elementos míticos que se mantêm e estão presentes em diferentes narrativas míticas e que, em uma primeira análise não apresentam nenhuma diferença;

Derivação: Ocorre quando diferentes elementos preenchem o esquematismo do mito. O mito deriva quando a maioria dos mitemas são modificados em último caso provocando um distanciamento muito grande do mito original.

Desgaste: Quando a derivação do mito é suficiente para que não se reconheça o mito original. O desgaste de um mito pode ocorrer pelo seu excesso de pregnância real (excesso denotativo) ou pelo excesso conotativo dos elementos figurativos utilizados no discurso.

Para Durand:

Há[...] uma palingenesia do mito, isto é, há mitemas em número limitado que se combinam segundo um outro número limitado, mas mais alargado, de mitos; quando um mito desaparece, aparece outro que o substitui. Mas eles giram em círculo porque, para dizer a verdade, não há mitos novos. Paradoxalmente, qualquer mito é sempre novo porque está investido numa cultura e numa consciência, ao contrário do seu esquematismo. (DURAND, 1996, p. 116)

A partir então dessa concepção de imaginário na qual o trajeto antropológico

da imagem se origina nos gestos reflexológicos e passa por um processo que compreende a esquematização, a formação do arquétipo, a representação simbólica e sua manifestação discursiva no mito, Durand desenvolve um método que chamou de “mitodologia”, um processo hermenêutico pluridisciplinar que tem como objetivo compreender as possíveis interpretações do imaginário em seu contexto histórico-social e político em diferentes culturas. Esse método analítico tem como fundamento a comparação entre os procedimentos que determinam a criação artística, também chamado de mitocrítica, e a compreensão dos sintomas socioculturais, ou, mitanálise. Durand (1985) explica que uma obra artística pode ser compreendida de três formas que “decompõem os extratos míticos”, sendo esses momentos (1) a verificação das redundâncias míticas que constituem a obra; (2) o exame das situações e as combinações entre personagens e cenários; (3) a detecção das lições e correlações de um mito com os de um espaço e época determinados. Pela mitocrítica é possível identificar em uma determinada obra ou autor o mito que rege a criação e as transformações significativas que sofreu. É um método que coloca em evidência os traços que modificaram o mito no seu processo de representação e destaca o mito instaurado. Conforme Durand escreve:

Através do duplo efeito dessa abordagem mitocrítica, por um lado, da “obra” e, por outro lado, pelo confronto com o “momento mítico” da leitura e da situação do presente leitor, são obtidas conclusões interessantes, seja pela constituição de um Atlas delimitado dos mitemas e das situações míticas ou mitológicas, seja quanto às estruturas profundas da “obra” e às relações de gosto, preferência, escolha que podem existir entre tal momento de leitura e tal momento de escritura (ou primeira leitura). (DURAND, 1985, p. 253)

Tendo sintetizado os principais pontos da antropologia do imaginário de acordo com os trabalhos de Gilbert Durand, busco em registros a respeito do processo criativo de alguns Campeões de *League of Legends* expor as passagens do imaginário no jogo.

4.3. Passagens do imaginário no processo de criação dos Campeões de Runeterra.

League of Legends possui mais de uma centena de Campeões e dentre todos eles há alguns que são equivalentes a personagens de diferentes imaginários. Durante a pesquisa sobre o processo de criação dos Campeões, me deparei com alguns relatos

referentes as decisões tomadas para a criação e inclusão de um novo Campeão no jogo, sendo que nesses relatos estão documentadas informações do processo criativo dos personagens a partir dos quais podemos traçar uma compreensão a respeito do imaginário de *League of Legends*. Vejamos primeiramente a linha do tempo de lançamento dos Campeões no jogo:

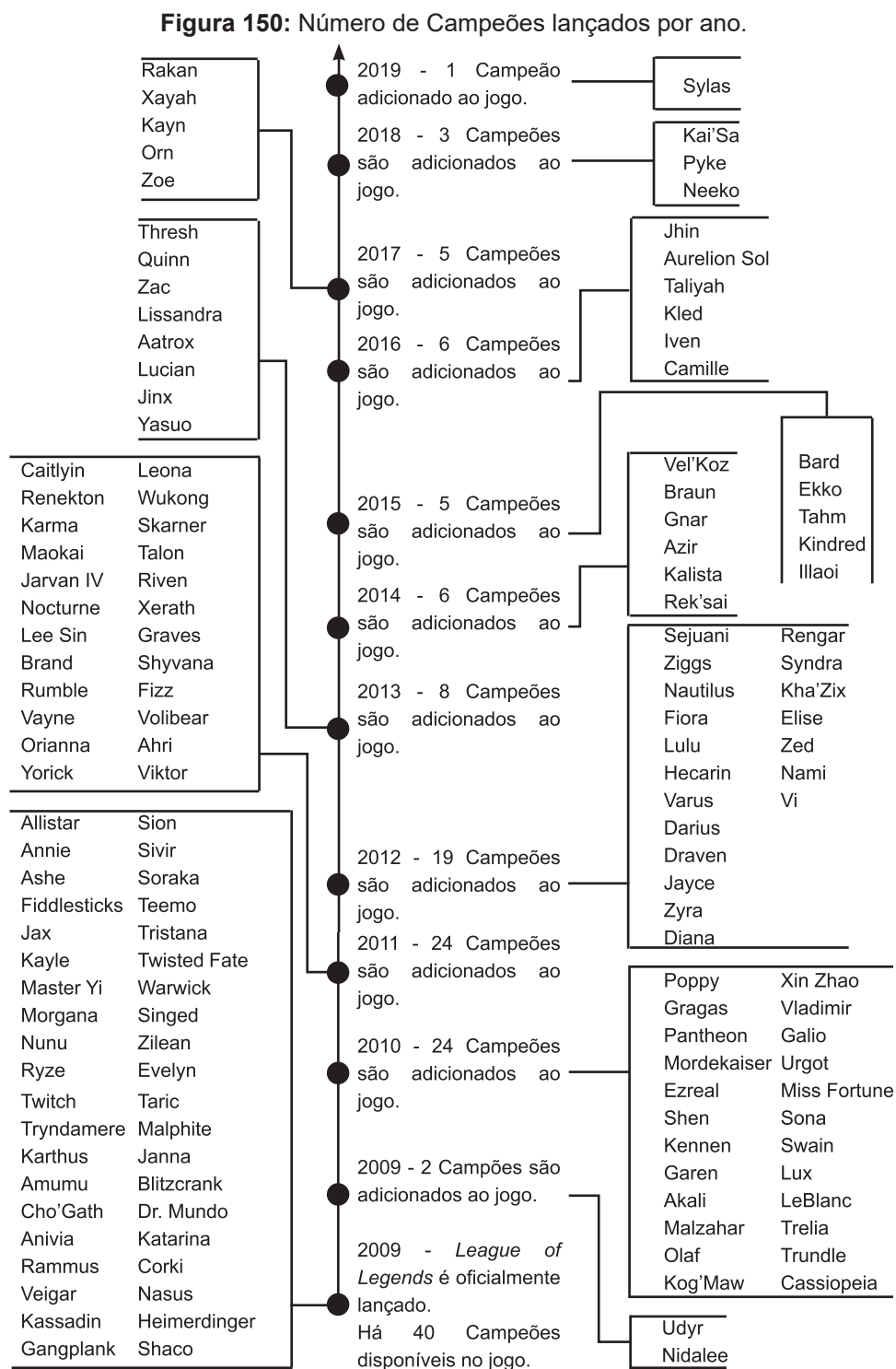
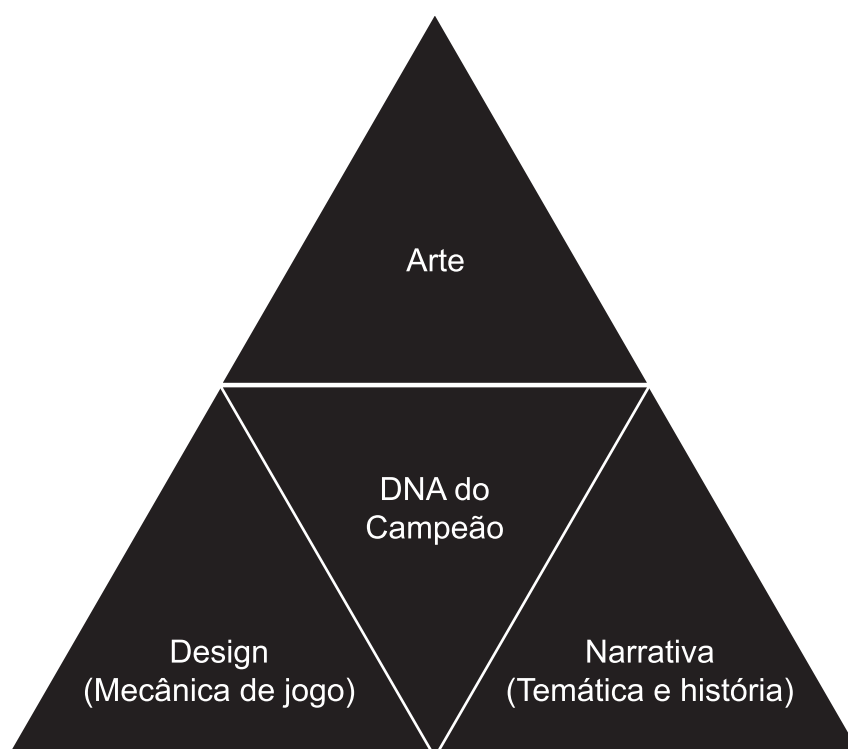


Figura X: SILVA, Thiago R. 2019

4.3.1. Relatos sobre o processo de criação de Campeões.

A partir do relato¹⁸ do processo de criação da personagem Ahri, podemos obter informações a respeito de como se dá o processo criativo de um Campeão. Segundo este relato, há uma orientação de criação para os Campeões que é baseada em três princípios chamados de “DNA do Campeão”. Um Campeão deve ser criado respeitando os seguintes pontos: (1) *design*, que corresponde à mecânica de jogo; (2) narrativa, que deve ser baseada em um tema ou história e (3) arte.

Figura 151: DNA do Campeão de *League of Legends*.



Fonte: SILVA, Thiago R.

A Campeã Ahri foi criada com base apenas no tema histórico, ou seja, no mito da raposa de nove caudas que é recorrente nos países asiáticos. A equipe de criação de *League of Legends* queria trazer para o jogo a história da raposa, porém, tinham inicialmente como objetivo não priorizar nenhuma versão do mito com receio de desrespeitar a variante de alguma região. Por fim, como a data de lançamento de Ahri no jogo seria a mesma da inauguração dos servidores coreanos, foi decidido que

18. BANANABAND1T. Origem: Ahri. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/news/riot-games/editorial/origem-ahri>>. Acesso em: 20 de abr de 2019.

Ahri seria baseada na raposa de nove caudas do folclore coreano, conhecida como “Gumiho”. O nome Ahri surgiu após um processo de votação online dos jogadores. Em coreano, a palavra “ari” é utilizada para “graciosa e elegante”. O “h” foi adicionado no nome para conferir uma identidade à personagem. Ahri deveria transparecer “graciosidade” para os jogadores.

A história escrita como argumento para a criação de Ahri fala de uma raposa que desejava se tornar humana. Após absorver a essência vital de um homem que encontrou quase morto em um campo de batalha, ela se torna parcialmente humana, preservando algumas características de sua forma de raposa, como as orelhas e as caudas. A princípio, Ahri tinha como objetivo matar seres humanos para consumir sua essência, porém, conforme ela desenvolvia sua humanidade, ela passa a ter um juízo de moralidade que faz com que ela interrompa sua caçada.

Ainda de acordo com o relato do seu processo de criação, suas habilidades em jogo foram baseadas no tema da raposa de nove caudas e elas incluem o uso de um orbe, uma habilidade de encantamento que atrai o oponente em sua direção, uma habilidade de ilusão. Um dos seus golpes chamado “Fogo de Raposa” é descrito no relato como inspirado nos mitos em que a raposa de nove caudas é capaz de criar fogo como forma de representar os espíritos que ela coleta.

Figura 152: Primeiras imagens da criação de Ahri. O primeiro rascunho (esq.) e o primeiro modelo no jogo



Fonte: <https://br.leagueoflegends.com/pt/news/riot-games/editorial/origem-ahri>

A versão sem orelhas de raposa foi criada para distanciar um pouco a personagem do mito, porém, nos relatos do processo os criadores afirmam que isso

tornou Ahri mais próxima de uma garota comum do que de uma personagem baseada na raposa de nove caudas. De acordo com o relato do processo criativo:

O principal motivo do design de Ahri sem as orelhas e caudas (reais) foi para tentar diferenciá-la dos mitos nos quais foi baseada. Havia uma série de preocupações em relações à Ahri como Campeã durante o desenvolvimento e alguns Rioters estavam preocupados que ela não se enquadrasse no universo do League ou que os jogadores não entendessem. Essa incerteza levou à perda da maior parte das suas características de raposa, o que a tornou mais uma garota “comum” do que uma raposa de nove caudas. Mesmo com o feedback confuso, os desenvolvedores decidiram voltar ao seu desenho original. “É natural querer fazer algo único”, disse Ezreal, “mas descobrimos que estávamos fazendo isso pelo motivo errado. No fim, achamos que os jogadores fossem querer mais a versão verdadeira da raposa de nove caudas do que uma artificialmente única”. As caudas e orelhas características de Ahri voltaram e, desde então, ela tem rompido e sugado vidas no Rift. (BANANABAND1T, 2017)

Figura 153: Diferença entre as duas últimas versões do *design* de Ahri. À direita está a versão final com orelhas de raposa e alterações na roupa.



Fonte: <https://br.leagueoflegends.com/pt/news/riot-games/editorial/origem-ahri>

Por meio do relato sobre o processo de criação de Ahri podemos notar algumas características a respeito do desenvolvimento dos Campeões de *League of Legends*. O primeiro aspecto está em buscar nos mitos de uma região a inspiração para o desenvolvimento de um personagem. Ahri foi lançada no jogo no ano de 2011, juntamente com o servidor coreano do jogo e a equipe de criação após decidir em um primeiro momento não privilegiar nenhuma versão do mito da raposa de nove caudas, acabou por escolher a versão coreana para coincidir com a inauguração do servidor. Outro fator importante no seu *design* foi manter características tanto na

sua aparência (orelhas de raposa, caudas) quanto na mecânica do jogo. Embora não tenha conseguido nenhum material a respeito do folclore asiático ou coreano para comparar, os relatos do processo afirmam que a pesquisa feita pela equipe de desenvolvimento se baseou no mito de Gumiho, a versão coreana da raposa, para criar não só a aparência, mas a história e a mecânica de jogo. O processo criativo de Ahri é um dos poucos em que o relato a respeito da criação foi disponibilizada publicamente, mas mostra um diálogo com os mitos de uma região para a criação de um personagem do jogo e a preservação de suas características míticas para a elaboração de sua aparência e mecânica.

Outro Campeão que possui informações a respeito de seu desenvolvimento é Azir. O processo de criação de Azir compreende algumas tentativas de desenvolvimento de personagens que não foram utilizados no jogo. Durante o desenvolvimento da primeira versão de *League of Legends*, segundo o relato¹⁹ de criação de Azir, foi concebido um personagem nomeado Well, o Hidroalma, com poderes e habilidades baseadas no controle de água. Por ser um Campeão que necessitava de uma tecnologia de processamento de partículas mais avançada do que dispunham no momento, Well não foi incluído no jogo. Após alguns anos, graças a uma melhoria tecnológica nos processos de desenvolvimento, Well foi colocado novamente em processo de criação, porém, com muitas modificações passando de um personagem com poderes elementais de água para um mago que controla areia.

Well inspirou o desenvolvimento de Seth, que, segundo o relato de criação, era o mesmo personagem só que com poderes que controlam areia ao invés de água. Seth foi criado com um argumento narrativo sobre um feiticeiro que desejava transformar tudo em areia e, esse conceito, foi levado para sua

Figura 154: Well, o Hidroalma.

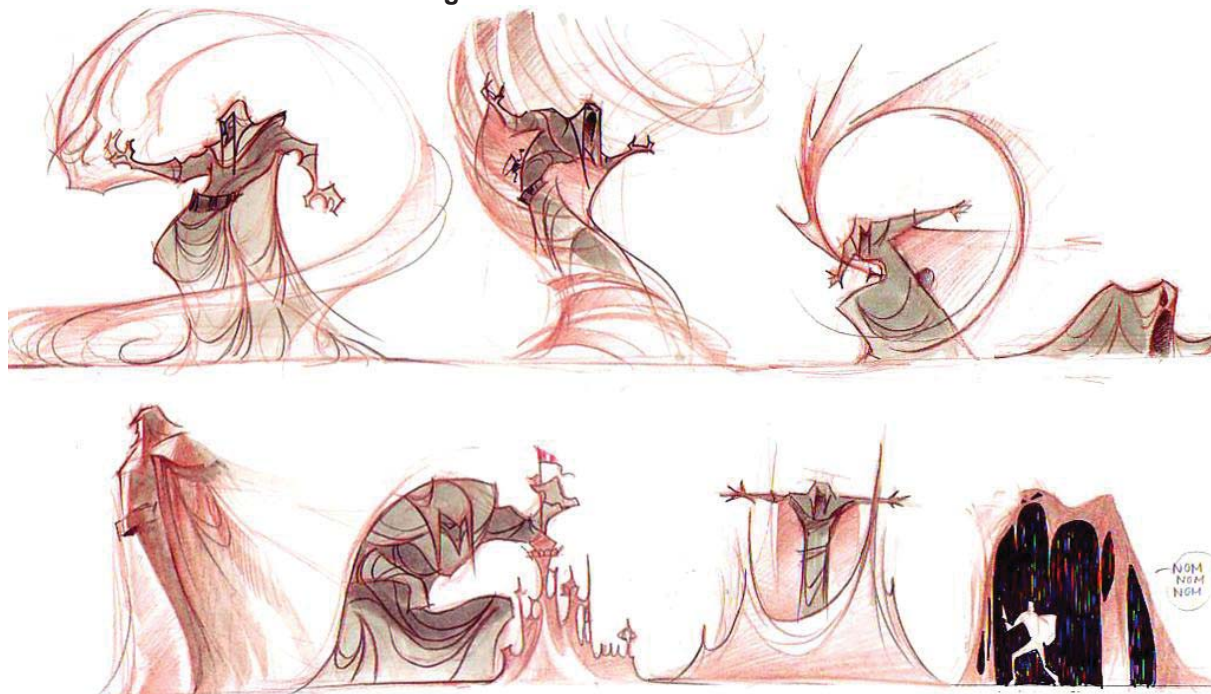


Fonte: <https://br.leagueoflegends.com/pt/news/riot-games/editorial/origem-azir>

19. BANANABAND1T. Origem: Azir. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/news/riot-games/editorial/origem-azir>>. Acesso em: 20 de abr de 2019.

mecânica de jogo; seus ataques deixavam areia espalhada pelo cenário e conforme mais ataques eram feitos, maior era a quantidade de areia acumulada.

Figura 155: Rascunhos de Seth.



Fonte: <https://br.leagueoflegends.com/pt/news/riot-games/editorial/origem-azir>

Assim como Well não foi utilizado por questões tecnológicas, Seth não teve seu processo de criação levado adiante pois seus ataques consumiriam muito do poder de processamento do *hardware* dos computadores dos jogadores, assim prejudicando a experiência de jogo. Espalhar areia era parte da identidade do personagem, e ao excluir esses ataques por problemas de tecnologia, a equipe de criação ponderou que o personagem havia perdido as características que o tornavam único. Com esses problemas em mãos, a equipe de criação reformulou o personagem e nesse processo deu origem a Azir, o Imperador de Shurima e, conforme as declarações dadas no relato:

Sua mudança de estilo forçou os desenvolvedores a recriarem o personagem do Mago de Areia, o que resultou num aprimoramento “real”: Seth passou a ser o imperador perdido de Shurima. Essa mudança também permitiu que artistas e roteiristas explorassem uma região que (até o evento de Shurima) não tinha uma história central.(BANANABAND1T, 2017)

Os problemas que surgiram durante a criação de Seth deram origem a oportunidades para o desenvolvimento narrativo de regiões do imaginário do jogo que

até então não haviam sido exploradas. A região de Shurima à qual o Campeão Azir pertence foi criada inspirada no Egito antigo. Os personagens dessa região encontram-se baseados em deuses que são parte do imaginário egípcio e no relato acerca do processo de criação de Azir encontramos afirmações a respeito dessa referencialidade ao imaginário dos mitos do Egito, como podemos ver na seguinte declaração:

A nova aparência do imperador foi inspirada na mitologia egípcia, o que pareceu adequado, visto que os dois Campeões anteriores de Shurima foram inspirados em deuses egípcios. Nasus foi inspirado em Anúbis, deus do pós-vida, e Renekton foi influenciado por Sobek, um deus com cabeça de crocodilo associado com poderio militar. A base para o vindouro Azir seria Ra, deus do sol. Ra era um deus poderoso com cabeça de falcão e que costumava ser representado com um disco solar, semelhante ao disco icônico de Shurima. (BANANABAND1T, 2017)

Figura 156: Arte conceitual de Azir.



Fonte: <https://br.leagueoflegends.com/pt/news/riot-games/editorial/origem-azir>

O fragmento citado a respeito da criação de Azir também evidência como Shurima e os Campeões que são parte dessa região foram inspirados pela mitologia

do Egito. Assim como Ahri foi baseada na raposa de nove caudas própria do folclore coreano, Azir foi inspirado pelo deus Ra, Nasus pelo deus Anúbis e Renekton pelo deus Sobek. Shurima então é criada com referência aos mitos do Egito e exemplifica como o conhecimento de uma cultura e seu imaginário podem ser fonte para o processo de criação de parte do universo de um jogo digital. Mito e imaginário são transformados e ao mesmo tempo conservam algumas de suas características.

Figura 157: Comparação entre o deus egípcio Ra e a arte final de Azir.

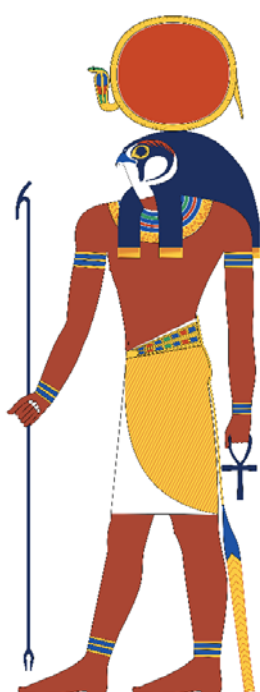


Figura 158: Comparação entre o deus egípcio Anúbis e a arte final de Nasus.

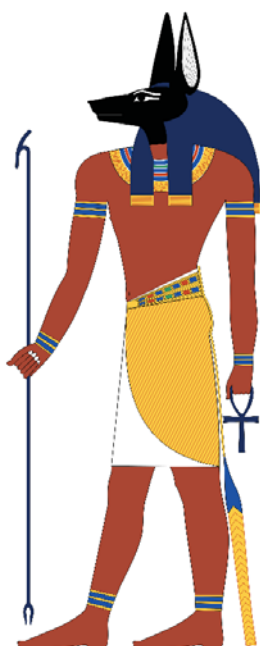


Figura 159: Comparação entre o deus egípcio Sobek e a arte final de Reneketon.



Ao contrário de Ahri e Azir que são Campeões criados a partir de referências míticas, há Campeões em *League of Legends* que são desenvolvidos sem que sejam referenciados por alguma figura mitológica. O Campeão Yasuo²⁰, um samurai, é um exemplo de como alguns dos personagens do jogo são criados a partir de variações de arquétipos de guerreiros encontrados em jogos, narrativas e culturas. Segundo uma passagem do relato de criação de Yasuo, é dito o seguinte:

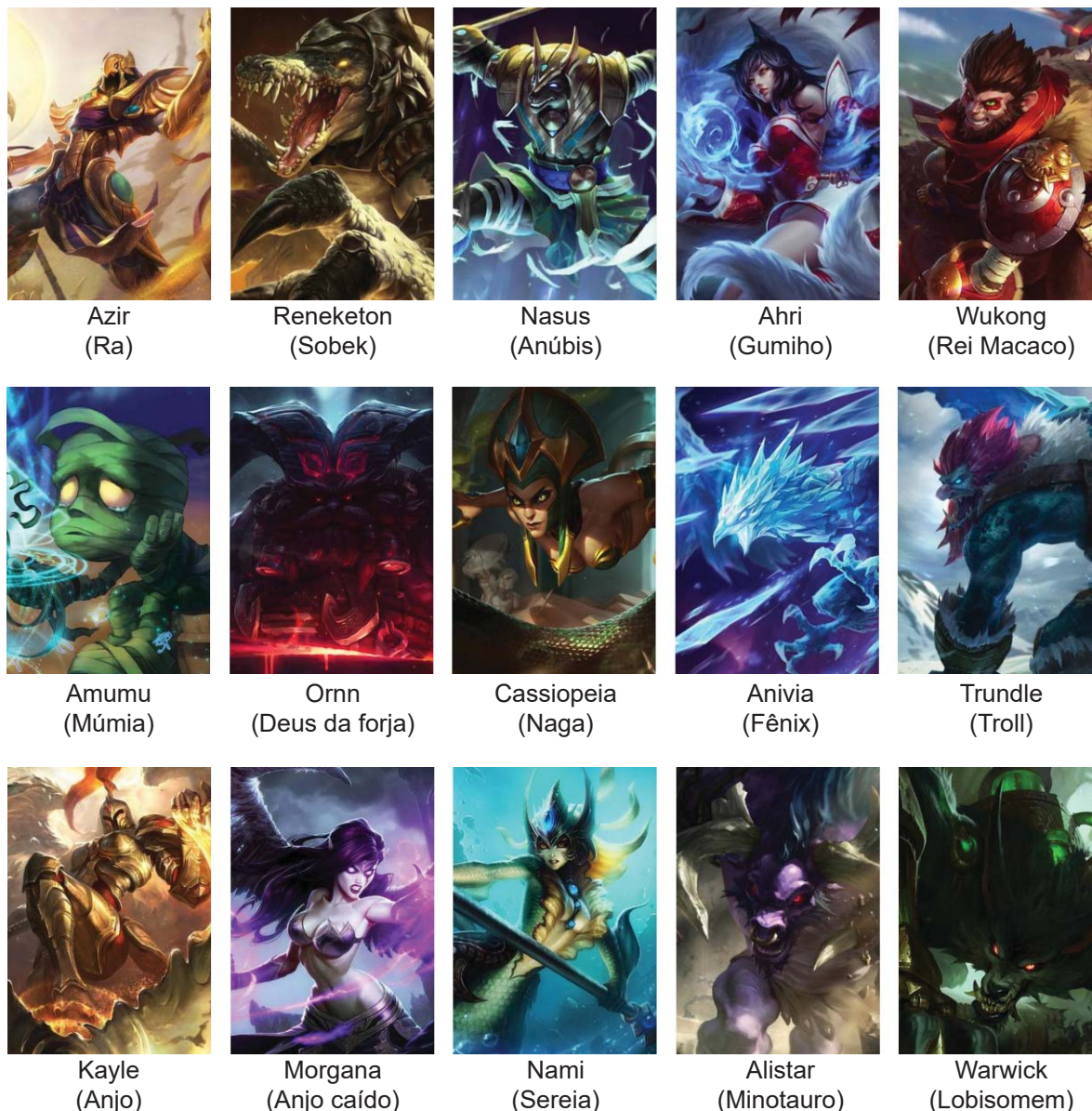
Vários dos Campeões do League têm suas origens em arquétipos comuns, dos tropos de anjos caídos como Morgana, personagens bárbaros como Tryndamere e os superpopulares tatus blindados como Rammus. À medida que o elenco do League foi crescendo, a quantidade de arquétipos a explorar foi diminuindo. (BANANABAND1T, 2017)

A criação de alguns dos Campeões do jogo é, segundo os relatos de criação, baseada em arquétipos encontrados em diferentes imaginários. Dentre todos os Campeões encontramos uma grande variedade de personagens que são desenvolvidos em um primeiro momento de acordo com uma das seis classes: Lutador, Mago, Suporte, Tanque, Atirador e Assassino. Tendo essas classes como o ponto inicial para a criação do Campeão, é possível notar que alguns são desenvolvidos a partir de arquétipos enquanto outros são inspirados por personagens já existentes no mito e

20. BANANABAND1T. Origem: Yasuo. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/news/riot-games/editorial/origem-yasuo>>. Acesso em: 20 de abr de 2019.

no imaginário e encontrados nas mais diversas narrativas. Dentre esses Campeões, isolei alguns que exemplificam as decorrências a partir de diferentes imaginários:

Figura 160: Campeões derivados de outros mitos e imaginários.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/

Conforme a imagem, personagens como Azir, Renekton, Nasus, Ahri e Wukong são versões que conservam muitos traços míticos sendo possível identificar suas origens míticas em outros imaginários. Wukong é um Campeão que conserva todos os traços principais e inclusive o nome do personagem que é inspirado, o Rei Macaco do conto chinês Jornada para o Oeste, chamado Sun Wukong. Sua habilidades são inspiradas nas habilidades descritas no conto. Wukong também possui um bastão que se alonga para atacar os adversário. Já Azir, Renekton, Nasus e Ahri, apesar da grande quantidade de traços, e conforme descrito nos relatos acerca de seus respectivos

processos de criação, eles possuem uma identidade própria em *League of Legends* ao mesmo tempo que mantém as características do imaginário do qual decorrem. Outros Campeões dispostos na imagem anterior são baseados em arquétipos derivados de um ou outro imaginário, como no caso de Morgana (anjo caído), Kayle (anjo), Ornn (deus da forja), Nami (sereia), porém, como é descrito na citação anterior extraída do relato de criação do personagem Yasuo, conforme o número de Campeões aumenta no jogo, menor é a quantidade de arquétipos do imaginário que a equipe tem para utilizar no desenvolvimento de um novo personagem.

O processo utilizado no desenvolvimento dos personagens me parece condizente com a teoria do imaginário de Gilbert Durand principalmente no que toca aos aspectos de derivação, perenidade e desgaste do mito. Os relatos de criação sustentam que os Campeões passam por um processo que implica em seu desenvolvimento a partir de um tema (mito/imaginário) no qual os desenvolvedores buscam inspiração para então desenvolver ao seu modo a sua versão desse mito e imaginário no universo de *League of Legends*. De acordo com os exemplos dados com os Campeões Ahri e Azir, os relatos confirmam as inferências míticas que o imaginário de *League of Legends* sofreu desde que foi lançado. Há personagens que mantêm características evidentes (perenidade), outros, alguns traços (derivação) e há os que se distanciam tanto de um mito que sua correlação com algum outro imaginário se torna quase impossível (desgaste).

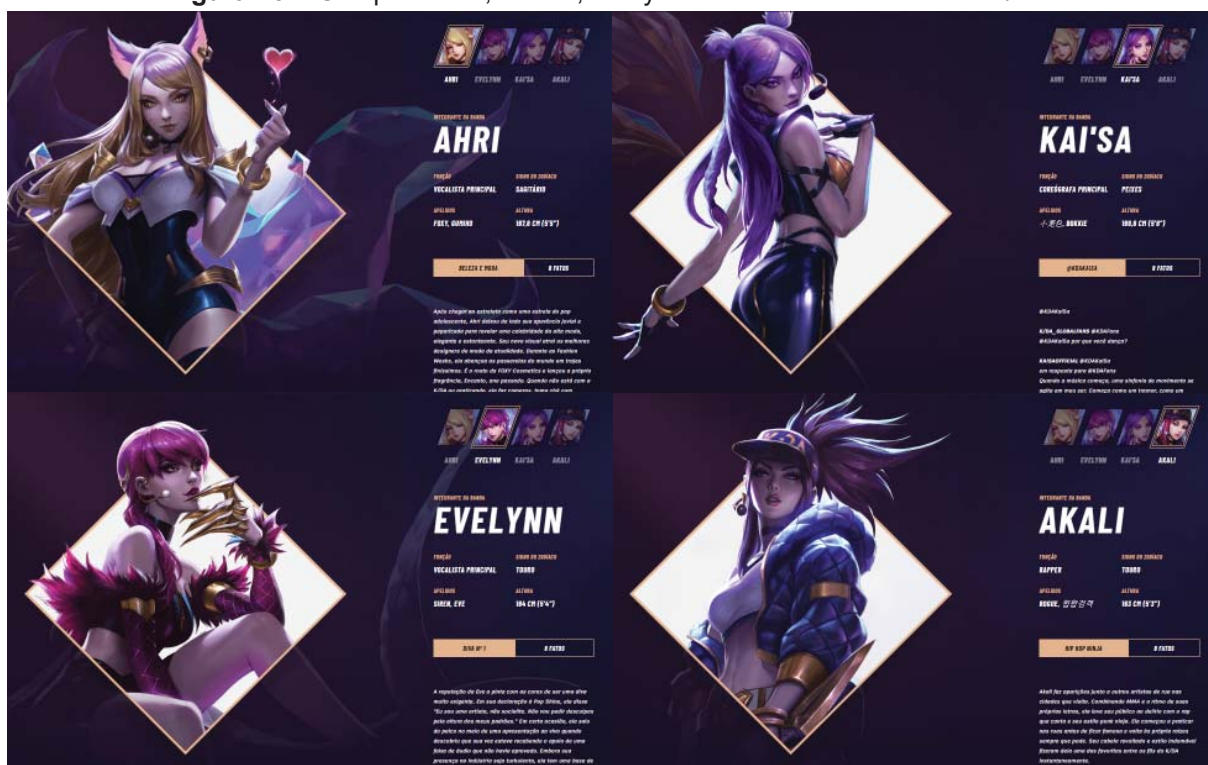
Sem os relatos a respeito de criação dos personagens, poderíamos chegar a conclusões semelhantes por meio de um estudo mitológico, já que alguns Campeões carregam traços evidentes de um ou outro mito diretor em sua forma final. Os documentos referentes aos processos de criação atestam essa influência mítica e exemplificam a importância de tomar conhecimento de diferentes mitos e imaginários para a criação de personagens em jogos de videogame.

Embora os jogadores só tenham conhecimento de alguns aspectos do imaginário de *League of Legends* mediante o acesso a essas informações no site do jogo e nas seções específicas, a comunidade de jogadores tem um papel importante na construção desse imaginário, já que muitas histórias sobre *Runeterra* ainda não foram contadas. A participação em fóruns e grupos de discussão enriquece o imaginário do jogo e estreita a relação entre jogo, jogadores e fãs.

Além do imaginário desenvolvido para o jogo, há dentro do universo de *League*

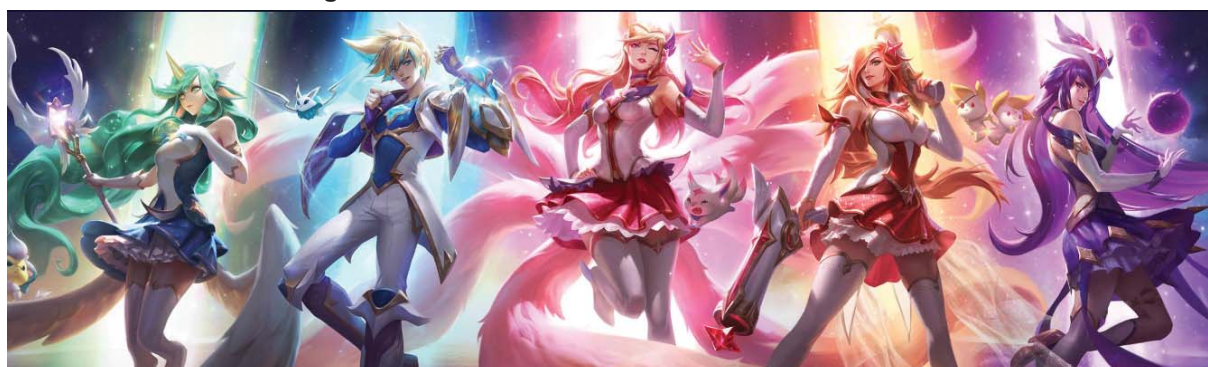
of *Legends* os “universos alternativos”, onde alguns dos Campeões são colocados em papéis diferentes de suas narrativas próprias de *Runeterra*. Esses universos alternativos são derivações do imaginário do jogo, porém, não possuem em um primeiro momento outra implicação que não a criação de produtos que acabam gerando *Skins* para que os jogadores comprem. Há três universos alternativos: K/DA, no qual as Campeãs Ahri, Kai'Sa, Evelynnn e Akali são membros de um grupo de K-Pop (música pop coreana); Guardiãs Estelares e Odisseia. Esses universos alternativos possuem em geral histórias que contextualizam os personagens nessa derivação, porém, não protagonizam um jogo específico.

Figura 161: Campeãs Ahri, Kai'Sa, Evelynnn e Akali em suas versões K/DA.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/kda/

Figura 162: Universo alternativo Guardiãs Estelares.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/star-guardian/

Figura 163: Universo alternativo Odisseia.



Fonte: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/odyssey/

O universo K/DA, além das Skins para as Campeãs, foi desenvolvido como uma banda de pop coreano tendo um clipe musical com sua música de sucesso POP/STAR e uma apresentação ao vivo na cerimônia de abertura no Campeonato Mundial de *League of Legends* de 2018, no qual foi possível ver as integrantes do K/DA se apresentando ao lado das cantoras Madison Beer, Miyeon e Soyeon do(G)I-DLE, e Jaira Burns e um grupo de dançarinos que executavam a coreografia da música. As K/DA podiam ser vistas só pelo video projetado no telão para quem estava presente no evento ou pelo vídeo para quem assistiu pela transmissão do evento.

Figura 164: Apresentação do K/DA no Campeonato Mundial de *League of Legends* em 2018.



Fonte: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=p9oDlvOV3qs

Figura 165: Apresentação do K/DA no Campeonato Mundial de *League of Legends* em 2018.



Fonte: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=p9oDlvOV3qs

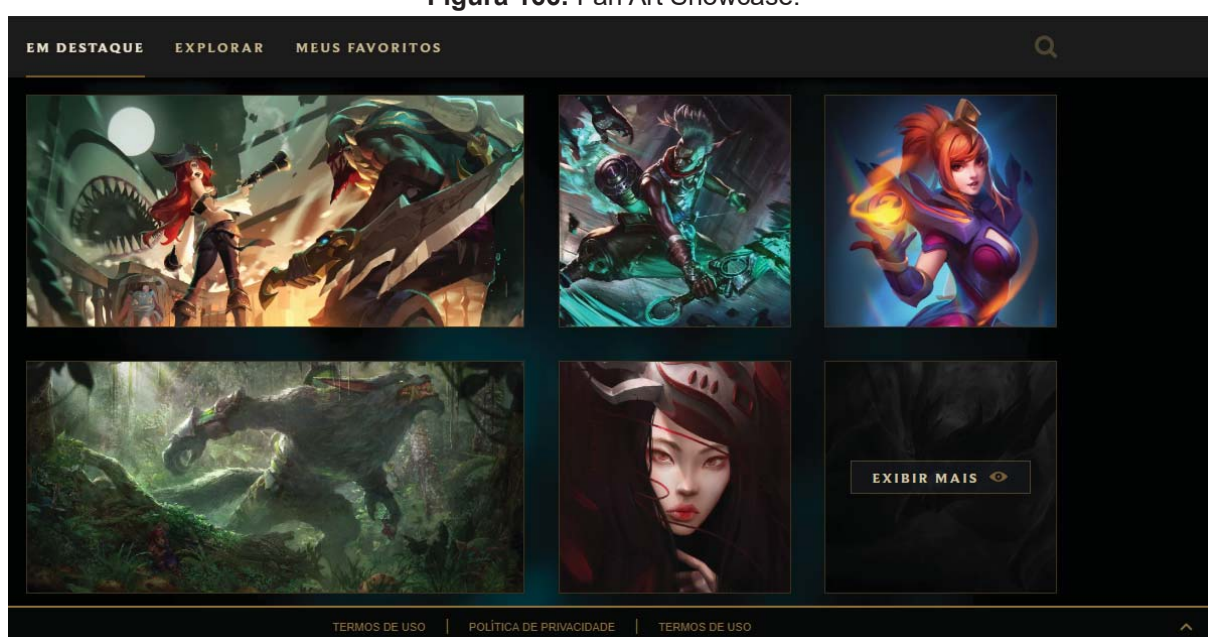
Além das narrativas, produções multimídias e a criação de universos alternativos feitos pela Riot Games, os jogadores também participam desse processo criando ilustrações, histórias e dando suas opiniões nos fóruns. Há uma relação entre jogo e jogador no aspecto de que o jogador exerce o mínimo de influência no universo de *League of Legends* colaborando com suas *fanarts/fanfics*. Há uma sessão no site do jogo dedicada a expor os trabalhos feitos pelos fãs chamada de *Fan Art Showcase*, uma espécie de galeria de arte com curadoria global que os jogadores/artistas podem submeter suas artes. De acordo com declaração a respeito da criação do *Fan Art Showcase*:

A Galeria não tem nenhum grande objetivo oficial. Em princípio, nós só queremos criar uma espécie de mural central para exibir e celebrar os incríveis

trabalhos criados pela comunidade de artistas de League de todo o mundo. Percebemos que não há uma galeria com curadoria global para exibir Fan Arts (a maioria das plataformas são específicas de cada região), então nós decidimos criar uma nós mesmos. O objetivo é expor os melhores trabalhos de League em um espaço de fácil navegação, independente da origem da ilustração. (RIOTBATTY, 2017)

Parte do imaginário de *League of Legends* é fruto de uma cultura participativa na qual o jogador integra uma rede de relações entre jogadores e desenvolvedores. A Riot Games promove espaços de convívio e troca de informações para os jogadores partilhar suas experiências e expor suas produções pessoais (*fanarts/fanfics*).

Figura 166: Fan Art Showcase.

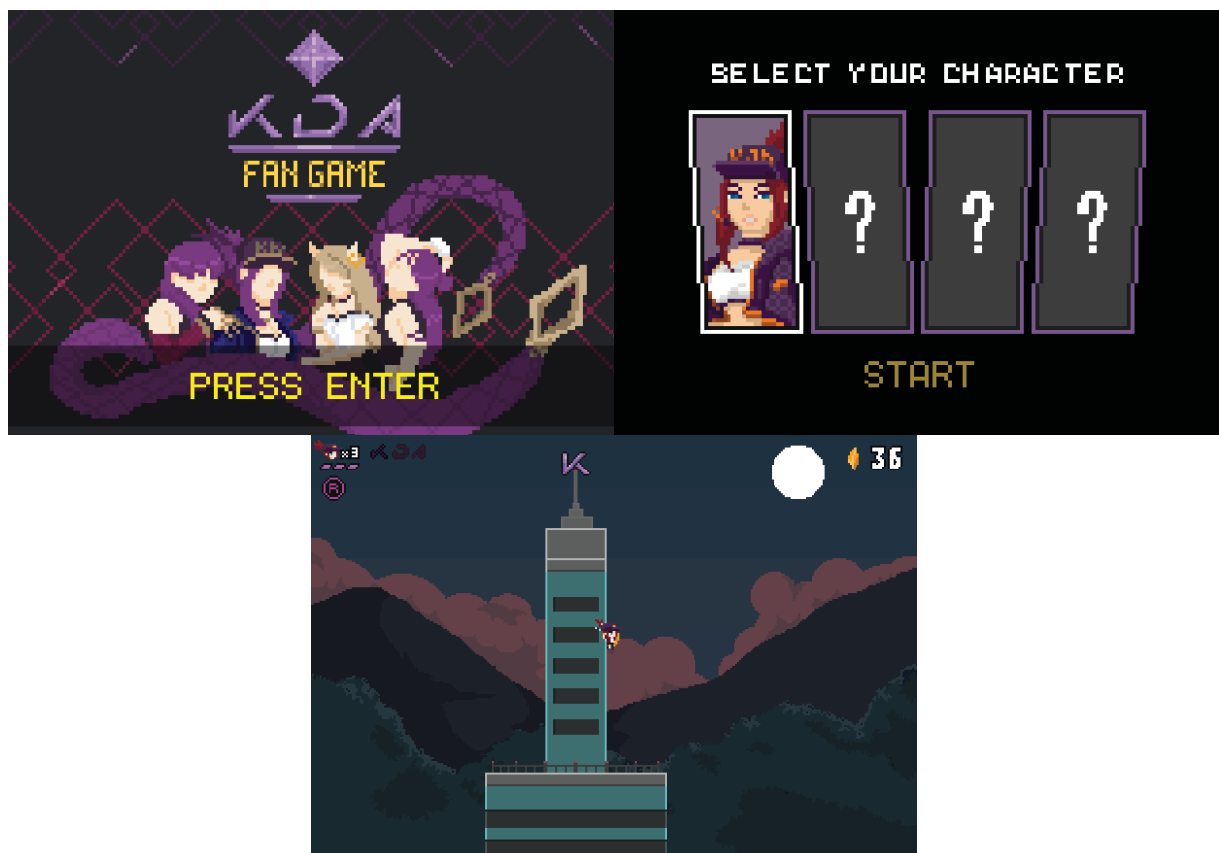


Fonte: <https://br.leagueoflegends.com/pt/news/champions-skins/creative-spotlight/apresentamos-o-fan-art-showcase>

Da mesma forma como na cultura do videogame encontramos produções artísticas das mais variadas formas, na comunidade de *League of Legends* há, dentre as variadas manifestações artísticas dos fãs, jogos independentes criados para explorar o imaginário e os Campeões de *Runeterra* em mecânicas de jogo diferentes, como no caso de *KDA fan game* e *League of Fighters*. As produções artísticas independentes criadas pelo fã do jogo é estimulada e muitas encontram espaço nos meios de comunicação oficiais da Riot Games, o que ao meu ver demonstra uma política de integração das criações feitas deliberadamente pelos fãs e estimula a comunidade a se manifestar criativamente produzindo conteúdo sobre o imaginário do jogo. O *fan game League of Fighters* exemplifica uma produção de conteúdo por fã

que conseguiu reconhecimento da Riot Games.

Figura 167: *KDA fan game.*



Fonte: <https://dukebr.itch.io/kda-fan-game>

Figura 168: *League of Fighters.*



Fonte: <https://www.geekinsider.com/riot-approves-fan-made-league-of-legends-fighting-game/>

O jogador é um ator importante na complexidade de *League of Legends* pois ele determina parte da experiência que se tem ao jogar. Suas ações no jogo e o modo como se relaciona com outros jogadores podem tanto atrair quanto afastar novos jogadores. Uma das características de *League of Legends* no que diz respeito ao jogador está no que ficou conhecido como “comportamento tóxico”, o que resultou na criação de um departamento com profissionais para estudar e desenvolver soluções para lidar com o comportamento do jogador.

4.4. Comportamento tóxico em *League of Legends*.

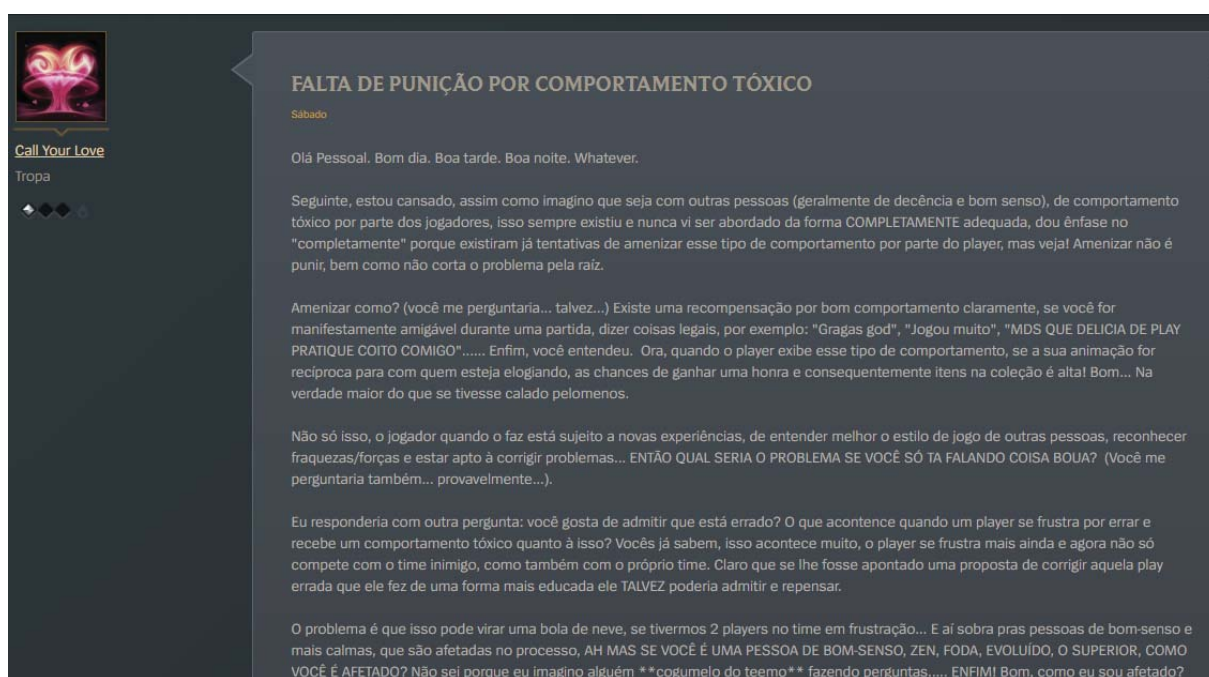
Durante as partidas de *League of Legends* há a possibilidade de interagir com outros jogadores por meio de uma caixa de diálogos (*chat*). A princípio, essa possibilidade de escrever durante a partida deveria ser utilizada para comunicação sobre aspectos da partida como a definição de estratégias e direcionamentos, porém, há uma espécie de toxicidade no comportamento de alguns jogadores que se expressam de forma agressiva com outros jogadores que cometem erros ou que ainda estão aprendendo a jogar. Pela experiência que tive jogando *League of Legends*, encontrei esse comportamento com frequência no modo *player vs. player* e, ao buscar informações sobre esse tipo de comportamento de jogador, me deparei com inúmeras reclamações de outros jogadores que se sentem ofendidos e desestimulados a continuar jogando. *League of Legends* é um jogo com aspecto social no qual há possibilidades de relações entre os jogadores que vão além da interação dos Campeões durante a partida. Há um código (Código do Invocador) de conduta, definido pela Riot Games, para os jogadores de *League of Legends*²¹ que diz o seguinte:

- Juguem juntos, vençam juntos.
- Mantenha a calma, não culpe nem ofenda os outros.
- Faça amigos no Rift.
- Não entregue o jogo e nem abandone a partida
- Seja um exemplo para os novatos, tente ajudar.
- Não divida sua conta com ninguém.

21. Código do Invocador. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/featured/summoners-code>>. Acesso em: 30 de jan. de 2019.

O próprio Código do Invocador estimula a cooperação entre jogadores, o bom comportamento durante as partidas, o controle das emoções e o estímulo a jogadores inexperientes, promovendo a participação e a formação de uma comunidade que se desenvolve pela troca de experiências no jogo, porém, as ofensas recorrentes em partidas caracterizam esse aspecto denominado Comportamento Tóxico (*Toxic Behavior*) que permeia não só *League of Legends*, mas jogos cooperativos online que dependem do desempenho individual para que a equipe alcance os objetivos. Após uma pesquisa no fórum de *League of Legends*, espaço no site da Riot Games no qual o jogador acessa por meio de sua conta para criar tópicos referentes ao jogo, me deparei com reclamações que exemplificam situações que encontrei enquanto jogava. Vejamos esse exemplo nas imagens a seguir:

Figura 169: Reclamação de jogador a respeito do comportamento de outros jogadores.



Fonte: <https://forum.br.leagueoflegends.com/t5/Outros-Assuntos-de-LoL/FALTA-DE-PUNI%C3%87%C3%83O-POR-COMPORTAMENTO-T%C3%93XICO/td-p/456348>

Na imagem anterior temos uma amostra de um relato do usuário Call Your Love a respeito do comportamento do tóxico de outros jogadores. Vejamos esse relato transcrito aqui integralmente:

“Olá Pessoal. Bom dia. Boa tarde. Boa noite. Whatever.

Seguinte, estou cansado, assim como imagino que seja com outras pessoas (geralmente de decência e bom senso), de comportamento tóxico por parte dos jogadores, isso sempre existiu e nunca vi ser abordado da forma COMPLETAMENTE adequada, dou ênfase no “completamente” porque

existiram já tentativas de amenizar esse tipo de comportamento por parte do player, mas veja! Amenizar não é punir, bem como não corta o problema pela raiz.

Amenizar como? (você me perguntaria... talvez...) Existe uma recompensão por bom comportamento claramente, se você for manifestamente amigável durante uma partida, dizer coisas legais, por exemplo: "Gragas god", "Jogou muito", "MDS QUE DELICIA DE PLAY PRATIQUE COITO COMIGO"..... Enfim, você entendeu. Ora, quando o player exhibe esse tipo de comportamento, se a sua animação for recíproca para com quem esteja elogiando, as chances de ganhar uma honra e consequentemente itens na coleção é alta! Bom... Na verdade maior do que se tivesse calado pelo menos.

Não só isso, o jogador quando o faz está sujeito a novas experiências, de entender melhor o estilo de jogo de outras pessoas, reconhecer fraquezas/forças e estar apto a corrigir problemas... ENTÃO QUAL SERIA O PROBLEMA SE VOCÊ SÓ TA FALANDO COISA BOUA? (Você me perguntaria também... provavelmente...).

Eu responderia com outra pergunta: você gosta de admitir que está errado? O que acontece quando um player se frustra por errar e recebe um comportamento tóxico quanto à isso? Vocês já sabem, isso acontece muito, o player se frustra mais ainda e agora não só compete com o time inimigo, como também com o próprio time. Claro que se lhe fosse apontado uma proposta de corrigir aquela play errada que ele fez de uma forma mais educada ele TALVEZ poderia admitir e repensar.

O problema é que isso pode virar uma bola de neve, se tivermos 2 players no time em frustração... E aí sobra pras pessoas de bom-senso e mais calmas, que são afetadas no processo, AH MAS SE VOCÊ É UMA PESSOA DE BOM-SENSO, ZEN, FODA, EVOLUÍDO, O SUPERIOR, COMO VOCÊ É AFETADO? Não sei porque eu imagino alguém **cogumelo do teemo** fazendo perguntas..... ENFIM! Bom, como eu sou afetado? Simples, eu não gosto de jogar praticamente em 3 contra 5, considerando que tenhamos 2 players tiltados nessa hipótese.

O que eu quero dizer é que não dá pra acabar com a toxicidade com incentivos, é preciso do aspecto opressor. Claro que não é possível acabar com a toxicidade com apenas opressão. É como Ying e Yang entendeu? Precisamos dos dois, por isso que digo, o jeito da Riot Games abordar essa questão está parcialmente certa, mas não completamente.

Ideal seria como se fosse no Dota2, não sei se vocês já jogaram e/ou tiveram essa experiência, experimente falar mal de alguém no Dota2 pra ver se você sai impune! Você tem muitas chances de ser suspenso ou cair no Elo Hell por causa disso. E como é a comunidade do Dota2? Sempre muito unida e com toda certeza mais tranquila do que essa.

E POR QUÊ VOCÊ NÃO JOGA DOTA 2 ENTÃO? (É a última pergunta que eu simulo da galera, juro).

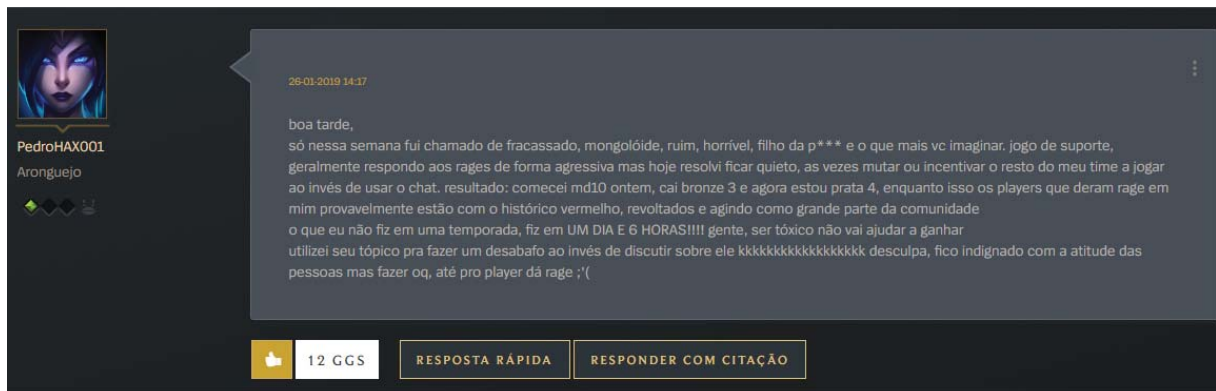
Porque eu prefiro LoL, obviamente, queria poder jogar tranquilo com mais foco no jogo em si, isso inclui todos os aspectos de jogabilidade, como na estratégia, nas calls, nas mecânicas, nos cooldowns de inimigos. Quero poder literalmente jogar o jogo, só isso, se eu sou afetado por questão de mentalidade por parte de terceiros o que eu devo fazer? Denunciar e rezar pra que esse caso de repente seja punido e olhe lá? Não sei vocês, mas me causa uma impressão de injustiça toda vez que eu denuncio alguém por esse motivo.

Você pode dizer que é uma hierarquia de ranks, que sempre 5 pessoas irão perder e por isso o jogo é "competitivo", mas como devo jogar em time se não tenho um time adequado? Eu tenho que ficar dando uma de babá e cuidando do povo? Já tentei fazer isso.... "Calma cara, vamo focar no jogo, foi só um erro", Sério? Eu vou ter que ficar cuidando de mentalidade tóxica? Eu até tento entender, mas não vejo o porquê esse caso não é punido de forma adequada.

Se você tem alguma refutação em mente, gostaria de criticar esse assunto, por favor, eu dou boas-vindas, mas por enquanto a solução em que penso é essa. Obrigado e bom game Smiley Happy.” (CALL YOUR LOVE, 2019)

Em seguida a este depoimento do usuário Call Your Love, um outro participante do fórum respondeu com o seguinte depoimento que podemos ver na imagem a seguir:

Figura 170: Resposta de PedroHAX001 para o tópico sobre o comportamento dos jogadores.



Fonte: <https://forum.br.leagueoflegends.com/t5/Outros-Assuntos-de-LoL/FALTA-DE-PUNI%C3%87%C3%83O-POR-COMPORTAMENTO-T%C3%93XICO/td-p/456348>

A resposta de PedroHAX001 denuncia o abuso que sofreu durante partidas. Vejamos ela transcrita:

“boa tarde,
só nessa semana fui chamado de fracassado, mongolóide, ruim, horrível, filho da p*** e o que mais vc imaginar. jogo de suporte, geralmente respondo aos rages de forma agressiva mas hoje resolvi ficar quieto, as vezes mutar ou incentivar o resto do meu time a jogar ao invés de usar o chat. resultado: comecei md10 ontem, cai bronze 3 e agora estou prata 4, enquanto isso os players que deram rage em mim provavelmente estão com o histórico vermelho, revoltados e agindo como grande parte da comunidade o que eu não fiz em uma temporada, fiz em UM DIA E 6 HORAS!!!! gente, ser tóxico não vai ajudar a ganhar utilizei seu tópico pra fazer um desabafo ao invés de discutir sobre ele kkkkkkkkkkkkkkkkk desculpa, fico indignado com a atitude das pessoas mas fazer oq, até pro player dá rage ;'(.” (PedroHAX001, 2019)

Além da resposta de PedroHAX001, um outro comentário neste tópico me chamou a atenção. O jogador DuNOF relata em seu comentário neste tópico o seguinte:

“É pessoal a situação está difícil e os motivos são variados...

A parte mais triste é ver players que se esforçam para serem e ficarem melhores no jogo, acabando intoxicados também. É difícil manter a calma com tanto rage gratuito, ignorância, falta de visão, humildade, entre outros problemas como ter alguém com ping alto ou afk na partida. Daria pra criar uma lista gigantesca com os motivos dos quais tornam nossa comunidade tão tóxica e entendo ser difícil para Riot ser babá de tanta gente. Acho que a empresa já tem abordado o tema de várias formas, acredito que

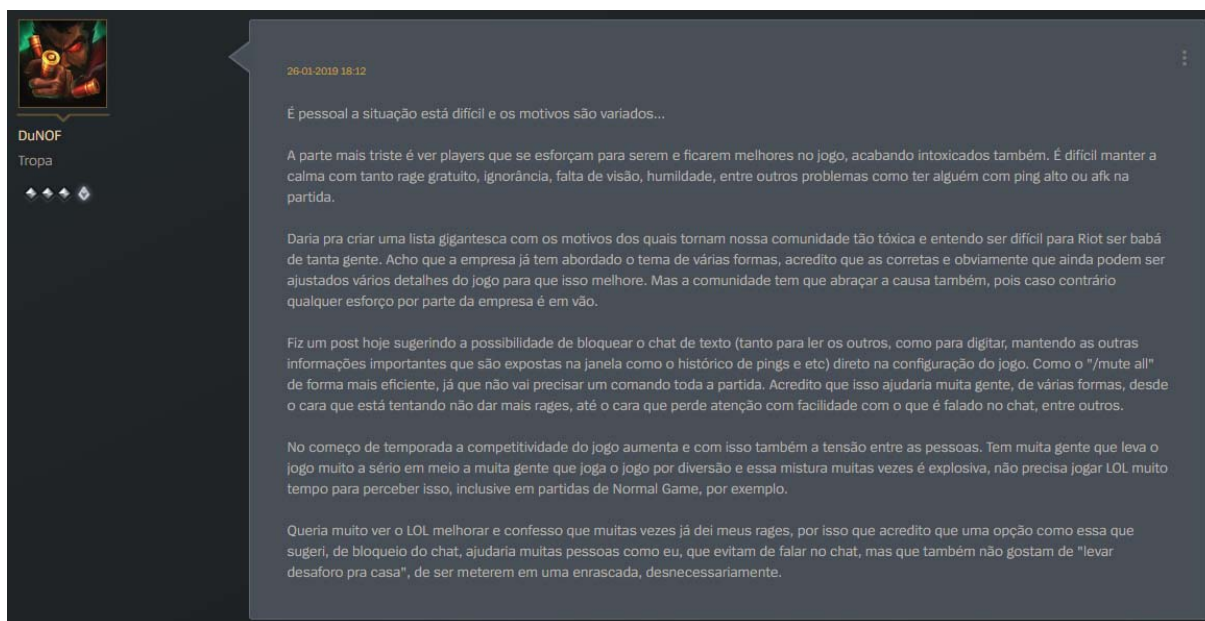
as corretas e obviamente que ainda podem ser ajustados vários detalhes do jogo para que isso melhore. Mas a comunidade tem que abraçar a causa também, pois caso contrário qualquer esforço por parte da empresa é em vão.

Fiz um post hoje sugerindo a possibilidade de bloquear o chat de texto (tanto para ler os outros, como para digitar, mantendo as outras informações importantes que são expostas na janela como o histórico de pings e etc) direto na configuração do jogo. Como o "/mute all" de forma mais eficiente, já que não vai precisar um comando toda a partida. Acredito que isso ajudaria muita gente, de várias formas, desde o cara que está tentando não dar mais rages, até o cara que perde atenção com facilidade com o que é falado no chat, entre outros.

No começo de temporada a competitividade do jogo aumenta e com isso também a tensão entre as pessoas. Tem muita gente que leva o jogo muito a sério em meio a muita gente que joga o jogo por diversão e essa mistura muitas vezes é explosiva, não precisa jogar LOL muito tempo para perceber isso, inclusive em partidas de Normal Game, por exemplo.

Queria muito ver o LOL melhorar e confesso que muitas vezes já dei meus rages, por isso que acredito que uma opção como essa que sugeri, de bloqueio do chat, ajudaria muitas pessoas como eu, que evitam de falar no chat, mas que também não gostam de "levar desaforo pra casa", de ser meterem em uma enrascada, desnecessariamente." (DuNOF, 2019)

Figura 171: Resposta de DuNOF para o tópico sobre o comportamento dos jogadores.



Fonte: <https://forum.br.leagueoflegends.com/t5/Outros-Assuntos-de-LoL/FALTA-DE-PUNI%C3%87%C3%83O-POR-COMPORTAMENTO-T%C3%93XICO/td-p/456348>

As imagens e transcrições aqui colocadas exemplificam brevemente a sensação de incômodo que alguns jogadores têm com outros jogadores que demonstram uma atitude nociva durante as partidas e como isso os desestimula a continuarem jogando *League of Legends*. Essa atitude agressiva é chamada pelos jogadores de *Rage*, ato de se manifestar agressivamente com outros participantes e é associada

a um estado de hiper-competitividade no qual os jogadores se mostram agressivos ao se sentirem prejudicados pelos outros participantes da equipe e perceberem que terão sua pontuação nas partidas ranqueadas prejudicada. Outro fator importante nas reclamações que apresentamos nos exemplos dados é a forma como esse comportamento é viral e acaba contaminando outros jogadores. O comportamento abusivo que alguns jogadores demonstram não estão limitados apenas ao jogo casual, mesmo nas partidas dos que tentam subir de posição no ranking. Jogadores profissionais também apresentam uma conduta violenta e acabam por sofrer penalidades maiores do que as normalmente aplicadas, como no caso do jogador Guilherme “Vash” Del Buono, da equipe CNB, que após apresentar de forma recorrente comportamento agressivo no ano de 2017 em partidas online, foi multado em R\$ 1,5 mil e teve sua participação suspensa em competições oficiais por um total de cinco jogos.

Travis George, produtor-chefe de *League of Legends*, em entrevista²² no ano de 2012 reconhece o quão nocivo o comportamento dos jogadores tem se mostrado e declara que para lidar com esse problema, a Riot Games montou uma equipe interdisciplinar com pesquisadores doutores para estudar e desenvolver formas de lidar com esse problema. O comportamento tóxico de jogador está presente desde o começo de *League of Legends* e tem se perpetuado até hoje, conforme vimos nos exemplos dados anteriormente que datam de 2019.

Em 2011 a Riot Games inaugurou o “Tribunal” em *League of Legends*, um processo utilizado pelos jogadores para denunciar o mau comportamento de outros jogadores que violem o Código dos Invocadores. Marc Merrill em entrevista²³ ao site Gamasutra (2011), declarou que uma das formas de mudar o comportamento abusivo da comunidade era “reforçar a mudança cultural positiva na comunidade.” Essa mudança cultural proposta por Merrill estava em enfatizar que *League of Legends* é um jogo e seu propósito é a diversão. As punições causadas pelo tribunal, que vão desde suspensão temporária do jogador até suspensão permanente de sua conta tiveram efeitos positivos, segundo Merrill, ele afirma, na mesma entrevista que os jogadores “reconhecem que há consequências em suas ações, então eles devem

22. NUTT, Christian. League of Legends: Changing bad player behaviour with neuroscience. 2012. Disponível em: < http://www.gamasutra.com/view/news/178650/League_of_Legends_Changing_bad_player_behavior_with_neuroscience.php >. Acesso em: 14 de jan. de 2019.

23. NUTT, Christian. Why Humanizing Players And Developers Is Crucial For League of Legends. 2011. Disponível em: < http://www.gamasutra.com/view/news/126784/Why_Humanizing_Players_And_Developers_Is_Crucial_For_League_of_Legends.php >. Acesso em: 15 de jan. de 2019.

ser bons. Assim como as pessoas na vida real tendem a ser mais agradáveis quando pensam que há significado para suas decisões e pode haver consequências.” Esses esforços são descritos por um dos idealizadores de *League of Legends* como uma tentativa de “humanizar” os jogadores que são representados no jogo pelos avatares dos Campeões. Essas ações de punição e avaliação do comportamento do jogador fazem parte da política de relação com a comunidade da Riot Games com os jogadores sob a forma de um diálogo direto em que o jogador pode se manifestar a respeito das mudanças do jogo, sejam elas positivas e negativas, para que assim tenham a melhor experiência possível jogando *League of Legends*.

Uma outra questão apontada por Marc Merrill nesta entrevista é a participação dos funcionários da Riot Games nos fóruns de debate sobre o jogo, em suas palavras, ele afirma que a participação das pessoas que trabalham no desenvolvimento e aprimoramento de *League of Legends* é importante pois “é valioso para humanizar os desenvolvedores”, um aspecto que aproxima o processo do game design ao da experiência do jogador.

Uma das pessoas que integraram essa equipe foi o doutor Jeffrey Linh, PhD, que teve como responsabilidade desenvolver formas de avaliar as mudanças no comportamento dos jogadores de *League of Legends*. Linh, que estudou em seu doutorado como a percepção visual é representada no cérebro humano, afirmou em entrevista²⁴ que seu trabalho na Riot Games se desenvolveu em conjunto com uma equipe constituída de antropólogos, sociólogos e psicólogos sociais e que foi feita a aplicação de métodos como a psicometria, rastreamento ocular e exame de neuroimagem funcional na pesquisa que buscava compreender o comportamento do jogador. A análise de dados sobre o comportamento do jogador durante o jogo, como por exemplo o número de jogadores que abandonam uma partida em andamento, os fez hipotetizar e elaborar formas de intervir com o objetivo de reduzir o abandono. Outro exemplo descrito por Linh é a relação entre as decisões básicas que os jogadores, estranhos entre si, devem tomar durante a seleção de personagem e definição do papel que cada um terá no jogo. Após um estudo feito por sua equipe, foi concluído que o tempo que os jogadores têm para tomar decisões e se organizarem, cria um ambiente hostil, já que há uma grande dificuldade de pessoas estranhas estabelecerem um

24. CUMMINGS, Jim. Q&A with Riot's Jeffrey Lin, Ph.D. 2013. Disponível em: < http://www.gamasutra.com/blogs/JimCummings/20130707/195719/QA_with_Riots_Jeffrey_Lin_PhD.php >. Acesso em 15 de jan. de 2019.

consenso em tão pouco tempo. A equipe que se dedica a estudar o comportamento de jogador é apontada por Linh como uma equipe constituída de mentes inquisitivas e abertas para a participação de profissionais de diferentes áreas; o desejo de aprender é considerado por ele como fundamental nesse projeto. Por meio das pesquisas desse grupo foi instituído o sistema de Honra, meio que os jogadores possuem para elogiar um companheiro de equipe pela sua atuação durante a partida e que reforça de forma positiva o comportamento esportivo.

Jogos como *League of Legends* são compostos por comunidades expressivas e atuantes. A conduta da comunidade participante é tida como uma publicidade da experiência que se obtém jogando um jogo ao promoverem um ambiente para a diversão e a formação de laços sociais *online*. Muito do interesse em começar a jogar um jogo vem da influência de amigos e conhecidos que jogam ou da participação ativa da comunidade de jogadores que o promovem gratuitamente. Em jogos *online* que acabam por constituir uma comunidade, o jogador é fundamental para a manutenção do jogo, o que me parece um dos fatores para que o *game design* tenha como um de seus objetivos estabelecer meios de promover um ambiente agradável e de punir os jogadores que causam uma experiência ruim para os demais. Gerenciar a conduta do jogador é parte do desenvolvimento de *games* que abrangem a relação entre os jogadores e dos processos que envolvem *League of Legends*.

Além de sua prática como entretenimento doméstico, *League of Legends* é jogado como uma das principais modalidades de Esporte Eletrônico (*E-Sports*). Desde os primeiros campeonatos até o momento desta tese, o *LoL*, como um *E-Sport*, configura um calendário de disputas oficiais em diversos países que culmina em um campeonato mundial. No Brasil, temos o CBLLoL (Circuito Brasileiro de *League of Legends*) no qual jogadores profissionais (ciber-atletas) disputam em equipes os torneios buscando uma qualificação para disputar o torneio mundial. Nesse cenário, equipes e jogadores profissionais emergiram ao mesmo tempo que jogadores e fãs acompanham o calendário de jogos.

4.5. *League of Legends* e *E-Sports*.

A emergência do *E-Sport* não pode ser tratada apenas como uma questão relacionada a negócios e oportunidades mercadológicas. Esse fenômeno que

correlaciona atividades esportivas com jogos de videogame a princípio suscita o questionamento se é possível considerar jogar videogame como uma atividade esportiva. De acordo com a proposta desta tese, o esporte eletrônico é entendido como um fenômeno que é parte de uma cultura do videogame e que tem modificado as relações dos jogadores com o jogos no qual jogar não é apenas um entretenimento, mas sim, uma expressão social parte de um fenômeno em que há competições regidas por regras que envolvem instituições governamentais, privadas, sociais, etc.

Percebo que o principal questionamento a respeito do videogame ser considerado para a mesma classificação que as atividades esportivas tradicionais está em ser entendido como uma prática na qual os competidores não demonstram esforço físico. Embora possa ser encontrada uma resistência na consideração do *E-Sport* como esporte, é inegável que esse fenômeno atrai multidões tanto presencialmente quanto digitalmente provocando condutas e reconfigurações no entendimento do videogame como meio de comunicação e nas relações sócio-culturais que emergem dele. Segundo, Michael G. Wagner:

Deve ser notado que não há necessidade particular de olhar para os eSports como uma área de disciplinas que satisfazem uma definição tradicional de esporte. Poderíamos também olhar para os eSports como um campo de estudo completamente separado. A questão supervalorizada sobre se o videogame competitivo é um esporte ou não é, até certo ponto, irrelevante para a discussão acadêmica de eSports. (WAGNER, 2006)

A competição nos jogos digitais foi elevada ao nível do profissionalismo e, embora muitos jogadores de *League of Legends* não objetivam em se profissionalizar, o próprio jogo estimula a competição ao dispor de um *ranking* de jogadores cujo cenário é tão competitivo que nos deparamos com o “comportamento tóxico do jogador de *League of Legends*” que resulta da falta de compreensão com o desempenho ruim de um colega de equipe durante uma partida. O *E-Sport* tem se expandido como parte de uma cultura do videogame na qual há jogos digitais desenvolvidos com a finalidade de promover um cenário competitivo com seu próprio calendário de competições, transmissões, personalidades (ciber-atletas, equipes, narradores, comentaristas) e produtos. T. L. Taylor empreendeu uma pesquisa a respeito do tema e ao analisar a expressão sócio-cultural dos *E-Sports* afirma que:

A evolução das formas de lazer, do amador ao profissional, do casual ao sério, certamente parece um tema persistente quando olhamos para os esportes e outras atividades “divertidas”. O que ainda é bastante desconhecido,

é claro, é a escala em que os e-sports profissionais irão crescer. Eu não faço previsões. As condições sob as quais a cena incrivelmente robusta da Coreia do Sul emergiu estão ligadas a apoios políticos, econômicos e de infra-estrutura fundamentais. É incerto se a Europa e a América do Norte desenvolverão mecanismos semelhantes para construir suas cenas. O que está claro é que, desde o nascimento do jogo digital, tem havido um interesse importante em jogos competitivos entre player vs. players, e enquanto tal fato básico acontecer, o e-sports terá algum lugar em nossa cultura. (TAYLOR, 2012, p. 247)

Taylor observa em seu trabalho as relações do *E-Sport* com o meio em que se desenvolve. Segundo sua pesquisa, a situação econômica e tecnológica da Coreia do Sul foi de grande importância para o desenvolvimento do esporte eletrônico no país e, talvez essa infra-estrutura que compreende inclusive o apoio do governo, é um dos motivos pelo qual os jogadores coreanos figurem entre alguns dos mais notáveis ciber-atletas do mundo e a Coreia do Sul como um dos centros mundiais do *E-Sport*.

Penso que as implicações desse fenômeno afetam até mesmo os procedimentos acadêmicos de quem busca a formação de *game designer*. Defendo que, atualmente, a cultura esportiva deve ser parte dos temas discutidos referentes ao videogame e penso que elas precisam ser incluídas no currículo da formação superior para os que buscam aprender o ofício do desenvolvedor de jogos. Comunicação, cultura e esporte integram a complexidade do videogame que agora carece de ser pensada considerando os jogos como prática esportiva.

Figura 172: Imagens do primeiro campeonato oficial de *League of Legends* realizado no Brasil (2012).



No Brasil, o primeiro campeonato oficial foi realizado pouco tempos após o lançamento brasileiro de *League of Legends*, tendo sua competição eliminatória realizada em setembro de 2012 em uma única etapa eliminatória que durou três dias e a partida final realizada em outubro do mesmo ano durante o evento Brasil Game Show. Em 2013 foi anunciado um novo formato para o campeonato possibilitando a

participação de mais equipes e tendo o jogo final sob o formato de melhor resultado de cinco jogos. Os vencedores também seriam qualificados para disputar o *International Qualifier Wildcard*, etapa classificatória para o Campeonato Mundial de *League of Legends*.

No ano de 2014 é anunciada a criação do Circuito Brasileiro de *League of Legends* (CBLoL) e a realização da Liga Brasileira de *League of Legends* - Série dos Campeões. Também neste ano, equipes contrataram jogadores vindos da Coreia do Sul, principal expoente nas competições de *League of Legends*. O CBLoL é um torneio disputado por oito equipes e realizado em duas etapas anuais, chamadas de *splits*. Ambas as etapas contam como parte da premiação acesso à etapa internacional da competição, o *Mid-Season Invitational* e o Campeonato Mundial de *League of Legends*.

Figura 173: Logo do CBLoL.



Fonte: <https://br.lolesports.com/>

A partir de 2015 as partidas do CBLoL começam a ser transmitidas direto dos estúdios da Riot Games, uma infra-estrutura montada para realizar as etapas do campeonato e transmiti-las via *live streaming*. Também em 2015 é adotado um formato similar aos campeonatos dos Estados Unidos e da Europa, com oito equipes fixas disputando sendo que os últimos três colocados correm o risco de rebaixamento. A vitória no primeiro *split* concede o direito de participar do *International Wildcard Invitational* que classifica para o *Mid-Season Invitational* enquanto que a vitória no segundo *split* classifica para o *International Wildcard Qualifier*. Neste mesmo ano é

criado o Circuito Desafiante, promovido por parceiros da Riot Games e que concede aos três melhores colocados uma chance de ingressar no CBLLoL. Até 2015 eram permitidos que equipes pertencentes ao mesmo grupo, como no caso da INTZ e INTZ RED, participassem do torneio, assim concentrando as chances de vitória para uma mesma organização, porém, a partir de 2016 isso foi proibido, fazendo com que algumas equipes fossem vendidas tornando-se um novo time sob uma nova administração. Em 2016 o Brasil sediou o *Wild Card Qualifier*, sendo o primeiro evento internacional de *League of Legends* realizado no país.

O formato estabelecido sofreu pequenas mudanças em suas regras a partir de 2017, sendo elas relacionadas à promoção ou rebaixamento das equipes no torneio. A transmissão dos eventos conta com uma equipe composta de narradores e comentaristas que é a mesma desde 2015 tendo só uma alteração. Em 2017 foi anunciado o Prêmio CBLLoL, evento para premiar jogadores e técnicos, com participação da imprensa e que celebra o desempenho dos jogadores de acordo com sua função no jogo. Também em 2017, o país sediou o *Mid-Season Invitational*, segundo evento internacional mais importante de *League of Legends*.

Com a oficialização do jogo no país, a presença da Riot Games com uma divisão brasileira e a formação de um circuito oficial de torneios, equipes começaram a ser formadas para disputar os campeonatos. Jogadores começaram a se profissionalizar e a ter o *League of Legends* como um trabalho ao qual se dedicam a uma rotina de treinos diários.

O jogador profissional de *League of Legends* é um ciber-atleta, que ao contrário do jogador casual, busca se aprimorar em um determinado jogo e participa de um cenário competitivo formal integrando uma equipe que compete com o objetivo de vencer e receber a premiação do campeonato. Centros de treinamentos e habitação chamados de *Gaming Houses* foram montados por equipes para que os jogadores tenham local para treinamento com uma estrutura que atenda as necessidades da equipe. O objetivo é que os jogadores possam se concentrar apenas no jogo. O jogo digital, nesse aspecto, não é mais apenas um lazer, mas sim, uma forma de vida profissional que exige dedicação e empenho dos que almejam se destacar em um cenário competitivo.

As equipes de jogadores profissionais de *League of Legends* são constituídas de cinco jogadores titulares, cada qual exercendo uma função específica, sendo elas

divididas em: Topo, Caçador, Meio, Atirador e Suporte. Vejamos nas imagens a seguir as equipes participantes do CBLol de 2015:

Figura 174: Equipes participantes do CBLol de 2015. Da esquerda para a direita, de cima para baixo: Dexterity Team (Santos F. C.), paiNGAMING, Kabum! Black, Kabum! E-Sports, Keyd Stars, Jayob E-Sports, INTZ E-Sports, CNB e-Sports Club.



Fonte: <https://br.leagueoflegends.com/pt/cblol>

Foram utilizados como exemplos as equipes participantes do CBLol de 2015 pois foi o ano de início da pesquisa desta tese e a primeira vez que pude acompanhar integralmente o torneio nacional para a formulação do projeto de pesquisa. De imediato me deparei com uma estrutura organizada para as transmissões das partidas *online* e com a estrutura do calendário de jogos. Além de equipes que tem como exclusividade as competições de jogos digitais, em 2015 a participação da *Dexterity Team*, equipe criada pelo Santos Futebol Clube competiu mostrando o interesse que clubes esportivos tradicionais de outros esportes demonstraram em ter sua própria equipe em uma modalidade diferente da qual são habitualmente referidos. Em 2019 uma outra equipe com origem em outros esportes participante do Campeonato Brasileiro de *League of Legends* é a Flamengo eSports.

Os competidores possuem além do seu nome real um segundo nome, a sua *Gamer Tag* que define seu nome de ciber-atleta. Assim como o jogo pede para que qualquer jogador tenha o “Nome de Invocador”, o competidor de *League of Legends* disputa as competições utilizando esse segundo nome. As equipes são organizadas com uma estrutura semelhante a outras organizações esportivas. Possuem além dos jogadores titulares, um reserva para cada titular e um técnico que os orienta na formulação de estratégias e na condução do jogo. Utilizam um uniforme com o logo e

as cores da equipe que representam.

Os jogos contam com narradores e comentaristas que auxiliam o narrador em tempo real. As partidas do campeonato ocorrem sem a presença do público no local, porém, a etapa final que decidirá o campeão, é aberta ao público e é realizada em ginásios esportivos ou em estádios de futebol e, antes da partida iniciar, há um espetáculo com apresentação musical com temas de *League of Legends*, encenação teatral de *cosplay* (pessoa fantasiada de algum Campeão do jogo) e exibição de entrevistas com os competidores no telão assim compondo a cerimônia de abertura antes do início do jogo.

Figura 175: Equipe de narradores do CBLol 2015. Na foto estão: Diego “Toboco” Pereira, Gustavo “LoLDuBR” Docil, Tácio “Schaeppi” Schaeppi, Gustavo “Melão13” Ruzza, Guilherme “Tixinha” Cheida, Flávio “P3po” da Silva e Gustavo “gstv” Cima



Figura 176: Final do CBLol 2015 realizada no Allianz Parque em São Paulo.



Figura 177: Final do CBLol 2015 realizada no Allianz Parque em São Paulo.



Figura 178: Dueto entre o Campeão Karthus, vocalista da banda Pentakill e o vocalista norueguês de heavy metal, Jorn Lande.



No espetáculo que envolve algumas etapas do torneio, o imaginário do jogo é levado pelos jogadores para o meio social mediado por práticas que envolvem as reuniões de grupos interessados em partilhar do interesse por *League of Legends*. Nas competições em que há presença do público é comum ver espectadores fantasiados com o *cosplay* de algum Campeão ou então vestindo a camiseta uniforme do time para que torce. Os fãs que não conseguem comparecer, reúnem-se tanto em suas casas quanto em locais públicos para acompanhar a disputa final. Há uma cultura do *League of Legends* que é parte das relações sociais e do cotidiano dos seus entusiastas.

Figura 179: Cosplayers de *League of Legends* no CBLol 2015.



Fonte: <https://br.leagueoflegends.com/pt/news/community/community-programs/campeonato-de-cosplay-2015>

Figura 180: Encontro na Torre realizado em 2015 no Parque Villa Lobos em São Paulo.



Fonte: <https://br.leagueoflegends.com/pt/news/community/encontro-na-torre/encontro-na-torre-em-sao-paulo-como-foi>

Figura 181: Equipe da Flamengo eSports no CBLol de 2019. O time é composto por: Topo: Leonardo “Robo” Souza; Caçador: Byeonghoon “Shrimp” Lee Meio: Bruno “Goku” Miyaguchi Atirador: Felipe “brTT” Gonçalves; Atirador: Gabriel “juzinho” Nishimura; Suporte: Chang “Luci” Han; Suporte: Sang “Reven” Sung; Técnico: Gabriel “Von” Barbosa Técnico: Jordan “Grey” Corby.



Figura 182: Técnico orientando a equipe da Kabum! no CBLol 2019.



Além das etapas do campeonato, há programas semanais que debatem as partidas, entrevistam os jogadores e avaliam a atuação das equipes. O *Depois do Nexus* é um programa esportivo estilo mesa redonda no qual narradores e comentaristas recebem jogadores para falar sobre a última etapa do CBLol e especular sobre os rumos do campeonato. O *League News* é um programa informativo com notícias sobre o que acontece não só nas etapas do campeonato brasileiro, mas também no mundo, além de entrevistas descontraídas com jogadores nas quais abordam aspectos além do jogo. Ambos os programas, assim com as partidas do CBLol, são transmitidos pelo canal LoL eSports BR no *Youtube* e no *Twitch TV*.

Figura 183: Flamengo eSports vs. Redemption. CBLoL 2019.



Figura 184: Programa *League News*, transmitido semanalmente no Youtube. Jan. de 2019.



Os espectadores e entusiastas de *E-Sports* podem acompanhar o CBLoL tanto pelo *Youtube* quanto pelo *Twitch TV*. Os programas são transmitidos semanalmente pelos canais LoL eSports BR (*Youtube*) e RiotGamesBrazil (*Twitch TV*). Além das transmissões *online*, há a possibilidade de obter informações sobre as etapas do campeonato e as novidades por meio do *Twitter*, no perfil @lolesportsbr.

Fora os meios de comunicação oficiais, há jogadores que criam seus próprios canais em plataformas como o *Youtube* e o *Twitch TV* para transmitir suas partidas e com isso ganham notoriedade como influenciadores na comunidade de *League of Legends*. Há *streamers* que são competidores no CBLoL, como no caso de YoDa que, segundo uma pesquisa²⁵ realizada em 2018, é o *streamers* de *games* mais assistido

do Brasil, somando em seu canal no *Twitch TV* o total de catorze milhões de horas assistidas.

Figura 185: Programa Depois do Nexus, exibido no Youtube. Jan. de 2019.



League of Legends assim como os demais jogos que são praticados como esporte eletrônico tem seu espaço em outras mídias. Em 2017²⁶ o canal ESPN passou a produzir conteúdo exclusivo sobre *E-Sports* e a transmitir torneios de diversos jogos. Se pensarmos que no começo os torneios de jogos digitais encontraram no *streaming* uma forma de serem exibidos para o mundo todo, o grande número de espectadores e fãs chamou a atenção de veículos de televisão ao ponto deles se interessarem em dedicar parte de sua programação para este fenômeno. A notoriedade que o *E-Sport* tem ganho com o passar dos anos o colocou como parte dos interesses de meios de comunicação especializados em jornalismo esportivo, tendo sites dedicados à cobertura de tudo que é relacionado ao tema e integrando a grade de programação de emissoras de televisão por assinatura.

Com a expansão do fenômeno *E-Sport*, o imaginário e a cultura *gamer* se tornou parte de campanhas publicitárias que comunicam produtos e associam marcas aos jogos. O *gamer* que outrora estava recluso aos grupos de discussão e que encontrou no *streaming* e nos fóruns da internet dedicados ao assunto as mediações

25. TEIXEIRA, Eric. Com Yoda em 1º, pesquisa define ranking dos 10 maiores streamers do Brasil no 1º semestre de 2018. Disponível em: <<https://www.maisesports.com.br/ranking-10-maiores-streamers-do-brasil-1-semester-2018/>>. Acesso em 16 de abr. de 2019.

26. ESPN lança programação dedicada a eSports na TV e transmitirá Brasil Premier League. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/667668_espn-lanca-programacao-dedicada-a-esports-na-tv-e-transmitira-brasil-premier-league>. Acesso em 22 de abr. de 2019.

para partilhar de seu afeto por algum jogo, agora é ator social de uma cultura *pop* que se afirma socialmente como *gamer* e tem nos ciber-atletas e *streamers* alguns dos expoentes sociais dessa cultura. Ser *gamer* é uma identidade sócio-cultural que se comunica e se expressa por meio de suas formas de vestir, falar, consumir jogos, assistir campeonatos e trazer para cotidiano o mito e o imaginário que vive nos meios digitais.

Figura 186: Campanha publicitária da Coca-Cola sobre as finais do Campeonato Mundial de *League of Legends* de 2015.



O imaginário de *League of Legends* não fica restrito às referências míticas que envolvem os personagens e suas narrativas. Esse imaginário é parte da cultura do videogame caracterizada pelas trocas entre meio digital e social. As imagens do jogo, as competições de *E-Sport*, as produções artísticas (ilustrações, músicas) integram o dia a dia dos jogadores que por sua vez possuem seu espaço de diálogo com os processos que envolvem a criação. Segundo Cecilia Salles:

O processo de criação é visto aqui como seleção de determinados elementos que são recombinações, correlacionados, associados e, assim transformados de modos inovadores. (SALLES, 2013, p. 100)

Neste aspecto, penso que ao considerarmos os processos de criação de um jogo de videogame, o jogador tem que ser entendido como um ator social parte de uma rede de complexidade na qual infere por meio de suas mais variadas formas de participação elementos que estão em comunicação com o jogo. *League of Legends*

não pode ser pensado sem considerar o imaginário a cultura e a comunicação no videogame pois esses fatores compõem algumas das principais características desse fenômeno, um jogo digital que não é somente jogado, mas sim, vivido como parte do cotidiano do jogador que transforma o imaginário do jogo em um ciclo de ações, retroações, transformações que o caracterizam como um jogo.

Considerações finais.

Nesta pesquisa busquei expor as questões a respeito do imaginário na comunicação e na cultura no jogo *League of Legends*. No início da escrita desta tese havia pouco material acadêmico a respeito do tema e ao final dela percebo que é dada pouca atenção para os estudos do imaginário em jogos de videogame. Mediante o processo de pesquisa percebo que a discussão a respeito da pesquisa em videogames ainda caminha para se estabelecer como campo de estudo em comunicação. Devido a escassez de referências se comparado com a pesquisa em outras mídias, ainda mais nos trabalhos realizados no Brasil, vejo o tema dos *E-Sports* como um novo fator nessa complexidade que deve ser acompanhado e que necessita de um saber interdisciplinar para sua compreensão. Os fatores sociais, comunicacionais e culturais devem ser consideradas como parte do processo criativo de jogos de videogame já que temos exemplos das imagens dos jogos que são levadas e vivenciadas pelos jogadores fora do ambiente digital.

League of Legends traz para o campo dos estudos sobre jogos de videogame muitas possibilidades de pesquisas e busquei expor algumas ao colocá-lo no centro de uma discussão sobre imaginário, cultura e comunicação. Em seu imaginário encontramos personagens criados com referências a mitos de diferentes culturas. Em um mesmo cenário temos um Campeão inspirado por um deus egípcio, uma Campeã que tem sua criação baseada em uma personagem do folclore coreano lutando contra uma sereia, um samurai ou uma pirata. A referencialidade a mitos e imaginários de diversas culturas é parte desse processo de criação. Além dessa conjunção de imaginários dentro do jogo, temos as imagens de *League of Legends* sendo levadas para a vida social dos jogadores nas suas atividades cotidianas e práticas sociais, como no caso do esporte eletrônico. Em meio a essa cultura que se forma em relação ao jogo, temos o ciber-atleta, que se dedica profissionalmente a jogar em uma liga organizada com um calendário oficial de jogos. Jogar videogame é, agora, uma profissão que deve seguir uma rotina de treinos e a dedicação característica do atleta profissional.

Entre tudo que busquei expor nesta tese, desde as questões relacionadas a cultura *gamer*, o mito e o imaginário que encontramos em *League of Legends*, as imagens do jogo que são vividas pelos jogadores em seu cotidiano, o *E-Sport*

como manifestação esportiva do jogo digital, os relatos do processo de criação dos Campeões e o processo de criação fragmentado da narrativa do jogo em diferentes mídias, *League of Legends* ainda se mantém intrigante como objeto de pesquisa, pois mesmo passados quase dez anos de seu lançamento oficial, ainda está em processo de criação.

Bibliografia

BOELLSTORFF, Tom. **A ludicrous discipline? Ethnography and game studies.** Games and Culture, vol. 1, n.1, Jan. 2006.

BOGOST, Ian. **Unit operations: an approach to video game criticism.** MIT Press, Cambridge: Massachusetts, 2006.

_____. **Persuasive games. The expressive power of videogames.** MIT Press, Cambridge: Massachusetts, 2007.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet.** 3 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.

BURROUGHS, Benjamin; RAMA, Paul. **The eSport trojan horse: Twitch and streaming futures.** Journal of virtual worlds research, vol. 8, n. 2, Oct. 2015.

CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens. As máscaras e a vertigem.** Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2017.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação.** 1 ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

_____. **O poder da identidade: a era da informação, volume 2.** 9 ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2018.

CASTRONOVA, Edward. **Synthetic worlds : the business and culture of online games.** The University of Chicago Press, Chicago, 2005.

CONSALVO, Mia. **Console video games and global corporations: Creating a hybrid culture.** New media & society, vol. 8, n. 1, 2006.

DOVEY, J.; KENNEDY, H. W. **Game cultures: Computer games as new media.** New York: Open University Press, 2006.

DREUNEM, Joost V. **The aesthetic vocabulary of video games**, in: JAHN-SUDMANN, A. and STOCKMAN, Ralf. Computer Games as a Sociocultural Phenomenon. Games Without Frontiers War Without Tears. New York: Palgrave McMillan, 2008, pp 3-11.

DURAND, Gilbert. **Sobre a exploração do imaginário, seu vocabulário , método e aplicações transdisciplinares: mito, mitanálise e mitocrítica.** In: Revista da faculdade de educação, v.11, n 1-2, 1985.

_____. **The Implication of the Imaginary and Societies.** Current Sociology, 41(2), 17–32, 1993.

_____. **Campos do imaginário.** Lisboa: Instituto Piaget, 1996.

_____. **As estruturas antropológicas do imaginário.** 3a ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

EGENFELDT-NIELSEN, Simon; SMITH, Jonas Heide; TOSCA, Susana Pajares. **Understanding video games. The essential introduction.** Routledge, New York: NY, 2008.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura.** 6 ed. São Paulo: Perspectiva, 2010.

JÄRVINEN, Aki. **Understanding video games as emotional experiences**, in: PERRON, Bernard; WOLF, Mark J. P. *The video game theory reader 2.* Routledge, New York: NY, 2009, pp 85-108.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social.** Salvador: Edufba, 2012; Bauru, São Paulo: Edusc, 2012.

LEÃO, L. **Paradigmas dos processos de criação em mídias digitais: uma cartografia.** VIRUS, São Carlos, n. 6, dezembro 2011. Disponível em: <<http://www.nomads.usp.br/virus/virus06/?sec=3&item=1&lang=pt>>. Acesso em: 16 de Fev. 2019.

_____. **A arte do remix: uma anarqueologia dos processos de criação em mídias digitais.** Rumores, vol. 10, n. 20, Jul.- Dez. 2016.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia estrutural dois.** São Paulo: Cosac Naify, 2013.

MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade.** Revista Famecos, n. 15, Ago, 2001;

_____. **O mistério da conjunção: ensaios sobre comunicação, corpo e socialidade.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** 5 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

MANOVICH, L. (1998) **Navigable Space**; <http://www.manovich.net>.

MARSHALL, P.D. **New Media Cultures.** London: Arnold, (2004).

MÄYRÄ, Frans. **An introduction to game studies. Games in culture.** London: Sage publications, 2008.

MORIN, Edgar. **O método 1: a natureza da natureza.** 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. **Ciência com consciência.** 14 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil,

2010.

_____. **O método 4: as ideias: habitat, vida, costumes, organização.** 5 ed. Porto Alegre: Sulinas, 2011.

_____. **Introdução ao pensamento complexo.** 4 ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

_____. **Cultura de massas no século XX: neurose e necrose.** 11 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2018.

PALAU, Marc; MARRON, Elena M.; VIEJO-SOBERA, Raquel; REDOLAR-RIPOLL, Diego. **Neural Basis of Video Gaming: A Systematic Review**, in: *Frontiers in Human Neuroscience*, Volume 11. 2017.

PARIKKA, Jussi. **What is media archaeology?** Cambridge: Polity, 2012.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política.** 2 ed. São Paulo: Editora 34, 2009.

RYAN, Marie-Laure. **Avatars of story.** Minneapolis, MN: University of Minnesota Press, 2006.

_____. **Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience?** *Storyworlds: A Journal of Narrative Studies*, Vol. 7, No. 2, *Transmedial Worlds in Convergent Media Culture* (Winter 2015), pp. 1-19, 2015.

SALLES, Cecília. **Redes da criação. Construção da obra de arte.** 2 ed. São Paulo: Editora Horizonte, 2008.

_____. **Gesto inacabado: processo de criação artística.** 6a ed. São Paulo: Intermeios, 2013.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Rules of play. Game design fundamentals.** MIT Press, Cambridge: Massachusetts, 2004.

SCACCHI, Walt. **Modding as a basis for developing game systems.** In *Proceedings of the 1st International Workshop on Games and Software Engineering (GAS '11)*. ACM, New York, NY, 2011.

SHAW, Adrienne. **What is video game culture? Cultural studies and game studies.** *Games and culture*, vol.5, n. 4, Out. 2010.

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SILVA, Thiago Tadeu R. **O imaginário do herói na trilogia Mass Effect: estudo sobre o mito e o imaginário no processo criativo do herói em jogos digitais.**

Dissertação de mestrado. 2014. Dissertação (Comunicação e Semiótica), Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, PUC-SP.

TAVARES, Roger. **Cyborgs de carne e software: avatares e consciência nos jogos e nas redes**. In: LEÃO, Lucia (org). Derivas: cartografias do ciberespaço. São Paulo: Annablume, Senac, 2004.

TAYLOR, T. L. **Raising the stakes: e-sports and the professionalization of computer gaming**. MIT Press, Cambridge: Massachusetts, 2012.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 9 ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2011.

WAGNER, Michael G. **On the scientific relevance of eSports**. Conference: Proceedings of the 2006 International Conference on Internet Computing & Conference on Computer Games Development, ICOMP 2006, Las Vegas, Nevada, USA, June 26-29, 2006.

ZIELINSKI, Siegfried. **Arqueologia da mídia: em busca do tempo remoto das técnicas do ver e do ouvir**. Trad. Carlos D. Szlak. São Paulo: Annablumme, 2006.

Sites:

BANANABAND1T. **ORIGEM: Ahri**. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/news/riot-games/editorial/origem-ahri>>. Acesso em: 20 de abr. de 2019.

_____. **ORIGEM: Azir**. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/news/riot-games/editorial/origem-azir>>. Acesso em 20 de abr. de 2019.

_____. **ORIGEM: Yasuo**. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/news/riot-games/editorial/origem-yasuo>>. Acesso em 20 de abr. de 2019.

CANNON, Tom. in: LEARNED, Jhon. **The Oral History of EVO: The Story of the World's Largest Fighting Game Tournament**. Disponível em: <<https://www.usgamer.net/articles/the-oral-history-of-evo>>. Acesso em: 20 de fev. de 2019.

CUMMINGS, Jim. **Q&A with Riot's Jeffrey Lin, Ph.D.** 2013. Disponível em: <http://www.gamasutra.com/blogs/JimCummings/20130707/195719/QA_with_Riots_Jeffrey_Lin_PhD.php>. Acesso em 15 de jan. de 2019.

HYPENESS. **Gamers respondem associação de massacre a videogames feita por Mourão**. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2019/03/gamers-respondem-associacao-de-massacre-a-videogames-feita-por-mourao/>>. Acesso em 18 de março

de 2019.

KOLLAR, Phil. **The past, present and future of League of Legends studio Riot Games.** Polygon, 13 de set. de 2016. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2016/9/13/12891656/the-past-present-and-future-of-league-of-legends-studio-riot-games>> Acessado em: 12 de dez. de 2018.

KUMAR, Mathew. **Q&A: Riot's Merrill on targeting the 'MidCore' gamer.** Gamasutra, 10 de jul. de 2008. Disponível em: <http://www.gamasutra.com/view/news/110320/QA_Riots_Merrill_On_Targeting_The_Midcore_Gamer.php>. Acesso em 18 de nov. de 2018.

LAWRENCE, Ariel. **/dev: Mergulhando nas biografias dos campeões. O que são, por que fazemos e como atualizamos a biografia do Nautilus.** Disponível em: <<https://nexus.leagueoflegends.com/pt-br/2018/05/dev-diving-into-champion-bios/>>. Acesso em 14 de abr de 2019.

LAWRENCE, Ariel; GOULDIN, Laurie. **Narrativa em 2018. Uma geral sobre quando, por que e como nós decidimos atualizar a história de um Campeão, e nossos objetivos para 2018.** Disponível em: <<https://nexus.leagueoflegends.com/pt-br/2018/02/narrative-in-2018/>>. Acesso em: 04 de fev. De 2019.

NUTT, Christian. **League of Legends: Changing bad player behaviour with neuroscience.** 2012. Disponível em: <http://www.gamasutra.com/view/news/178650/League_of_Legends_Changing_bad_player_behavior_with_neuroscience.php>. Acesso em: 14 de jan. de 2019.

_____. **Why Humanizing Players And Developers Is Crucial For League of Legends.** 2011. Disponível em: <http://www.gamasutra.com/view/news/126784/Why_Humanizing_Players_And_Developers_Is_Crucial_For_League_of_Legends.php>. Acesso em: 15 de jan. de 2019.

PYLE, Ellie; CANETE, Eric. **HQ's experimentais: as quatro primeiras. O que faz uma boa história em quadrinhos? Fizemos alguns testes e agora gostaríamos do seu feedback.** Disponível em: <<https://nexus.leagueoflegends.com/pt-br/2017/11/casting-comics-the-first-four/>>. Acesso em 25 de fev de 2019.

RIOTBATTY. **Apresentamos o Fan Art Showcase.** Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/news/champions-skins/creative-spotlight/apresentamos-o-fan-art-showcase>>. Acesso em 13 de abr. de 2019.

TEIXEIRA, Eric. **Com Yoda em 1º, pesquisa define ranking dos 10 maiores**

streamers do Brasil no 1º semestre de 2018. Disponível em: <<https://www.maisesports.com.br/ranking-10-maiores-streamers-do-brasil-1-semester-2018/>>. Acesso em 16 de abr. de 2019.

Documentários:

FGC: Rise of the Fighting Game Community. Direção: Esteban Martinez. 2016.

Vídeos:

BECK, Brandon; MERRILL, Marc. **Innovative Lives: Pioneers of Esports - With Brandon Beck & Marc Merrill.** 2018. (15m16s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4S46K-MkjCo>>. Acesso em: 07 jan. 2019.