

Jogos e Práticas Sociais no Facebook: Um estudo de caso do Mafia Wars

Raquel Recuero¹

1. Introdução

Com a popularização dos chamados “sites de rede social”, novas práticas sociais passaram a tomar forma no contexto das apropriações² dessas ferramentas. Parte dessas práticas surgem das próprias interações dos usuários com suas redes sociais. Outra parte é decorrente da implementação de novas ferramentas dentro desses sistemas, que permitem que novas ações sejam praticadas e novos sentidos, dados a esses sites. Essas ferramentas constituem-se nos chamados “aplicativos desenvolvidos por terceiros” e são programas que funcionam dentro desses sites, tais como jogos, questionários, presentes e etc.

Destes, de um modo especial, os jogos representam uma novidade importante. Não apenas tornaram-se incrivelmente populares nos últimos meses e anos, como também trouxeram novas práticas para o contexto das redes sociais. Apenas para que se tenha uma idéia, somente a Zynga, empresa que desenvolve vários dos jogos mais populares no Facebook³ concentra quase 250 milhões de usuários, mais de 50% do percentual total de usuários do site de rede social. Dados recentes do Ibope/Nielsen, por exemplo, mostraram que nesse mesmo site, o segundo site de rede social mais utilizado no Brasil, o uso de aplicativos cresceu 323% entre maio e novembro de 2009. Desde grupo, quase 50% das visitas foram direcionadas a apenas um aplicativo, um jogo, denominado FarmVille⁴, seguido por outros jogos, como o Máfia Wars e o Café World⁵. Tal tendência também passou a refletir-se no Orkut⁶, que apenas adotou a possibilidade de desenvolvimento de aplicativos por terceiros em 2007, através do Open Social⁷. Recentemente, os jogos também passaram a tomar uma boa parte da audiência do site. De acordo com ReadWriteWeb⁸, por exemplo, o Colheita Feliz, jogo desenvolvido para o Orkut concentra, sozinho, cerca de 14 milhões de pessoas, mais usuários do que o Twitter inteiro, o terceiro site de rede social mais acessado do Brasil.

¹ Professora e pesquisadora do PPGL/UCPel. E-mail: raquel@pontomidia.com.br

² O termo “apropriação” aqui é utilizado nos termos de Lemos (2001), onde se refere à incorporação da ferramenta no repertório cultural de um grupo de indivíduos, emprestando a essa tanto um sentido técnico, como um sentido simbólico e cultural, muitas vezes desviante em relação às proposta da mesma.

³ <http://www.facebook.com>

⁴ <http://www.facebook.com/FarmVille>

⁵ <http://www.facebook.com/cafeworld>

⁶ <http://www.orkut.com>

⁷ <http://code.google.com/apis/opensocial/>

⁸ Dados do final de 2009: <http://readwriteweb.com.br/2010/01/11/colheita-feliz-e-maior-que-o-twitter-no-brasil/>

Nesse contexto, observar as práticas sociais que emergem da apropriação desses jogos é relevante. Afinal, qual seu impacto nas redes sociais presentes nos sites onde atuam? Que tipo de comportamentos vão gerar nos grupos sociais online? Que subculturas emergem de seu uso? Essas são questões importantes, algumas das quais focaremos neste trabalho.

O Mafia Wars⁹ (MW) foi o jogo escolhido como estudo de caso para a análise das práticas sociais emergentes junto a esses sites de rede social. O Máfia Wars é um jogo do estilo RPG (*role playing game*), onde os jogadores podem criar um personagem e inserir-se em um mundo do crime, onde as máfias dominam. No entanto, é um jogo que funciona por turnos, onde as únicas ações possíveis resumem-se a apontar e clicar e que permite um envolvimento limitado do jogador. O objetivo deste trabalho é, de modo, discutir como, a partir da apropriação realizada por seus jogadores, o Mafia Wars expande seu universo, criando comunidades, interferindo nas redes sociais aparentes no Facebook e gerando um jogo muito mais imersivo, com características típicas dos MMORPGs (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*), tipo reservado a jogos muito mais imersivos. Para tanto, este debate é baseado em uma pesquisa realizada a partir de um viés etnográfico no segundo semestre de 2009, onde foram coletados dados e realizadas entrevistas com jogadores.

2 Rede Sociais na Internet

Uma rede social é compreendida como uma metáfora para a estrutura de um grupo social. Assim, ela é constituída de nós (nodos), que representam os indivíduos e suas conexões, normalmente os laços sociais existentes entre esses nós. Laços sociais são evidentemente construídos entre os indivíduos, através das interações nas quais estes se envolvem no dia a dia. São normalmente classificados como fortes e fracos (Granovetter, 1973). Os laços fortes são aqueles que compreendem intimidade, proximidade entre os indivíduos, como no caso dos amigos. Os laços fracos, por outro lado, são aqueles mais alargados, que não compreendem intimidade, relacionados aos “conhecidos” ou “contatos”. Ambos os tipos de laço são dependentes da interação social, pois são constituídos e aprofundados por ela. Sites de rede social tendem a colocar todas as conexões na mesma categoria, uma vez que, para representar a rede social, basta “adicionar” pessoas a sua rede. E, uma vez adicionadas, as pessoas permanecem ali. Representam, assim, **redes de associação**, constituídas pela mera adição de conexões (Recuero, 2009). Essas redes são, assim, constituídas de modo independente da interação social característica das redes sociais offline,

⁹ <http://www.facebook.com/MafiaWars>

mas mantidas pelo site de rede social de forma independente. Assim, os laços não são dependentes da interação e da intimidade, como aqueles laços sociais offline. Eles não se desgastam com o tempo e não necessitam de investimento de tempo. Para ter um “amigo”, basta adicioná-lo à rede e o sistema o manterá conectado ao ator. Assim, é possível ter centenas ou milhares de conexões, impossíveis de ser mantidas em redes sociais offline. No entanto, também há a presença das **redes emergentes** (Recuero, 2009) na medida em que algumas redes emergem das conversações e das interações, de forma mais semelhante às redes sociais offline. Esses tipos de rede surgem a partir do contexto gerado pelas características dos sites de rede social.

Os valores gerados a partir da interação dos atores nas redes sociais são freqüentemente apontados como **capital social** (Lin, 2001). Capital social é um conceito elástico, aplicado aos valores associados ao pertencimento a uma rede social ou grupo de pessoas (Coleman, 1990). Seu papel para as redes sociais online já foi discutida por inúmeros autores (vide Wellman, Haase, Witte, & Hampton, 2001; Hampton & Wellman, 2003; Ellison, Steinfeld & Lampe, 2007), bem como as transformações desses recursos que as ferramentas de comunicação mediada pelo computador proporcionam.

Há inúmeros tipos de capital social. Bertolini e Bravo (2004) focam esses tipos a partir da perspectiva de Coleman (1990). Essa proposta auxilia na discussão da apropriação dos sites e dos jogos, pois foca valores específicos que podem ser construídos pelas redes sociais. Para os autores, há dois níveis de capital social. Enquanto no primeiro nível temos as formas mais básicas, dependentes dos laços fracos, que são o capital social relacional (valores decorrentes de pertencer a uma rede social); normativo (valores referentes ao conhecimento das normas da rede) e cognitivo (valores referentes às informações e ao conhecimento que circula na rede); no segundo nível temos as formas mais complexas, mais associadas aos laços fortes, como a institucionalização do grupo e a confiança no ambiente social. Esses valores podem ser percebidos em ambientes online (vide, por exemplo, Montardo e Passerino, 2008) e são fatores motivadores para a participação no ciberespaço e da apropriação dos sites de rede social, que explicaremos a seguir.

3 Sites de Rede Social

Sites de redes sociais foram definidos por boyd e Ellison (2007) como aqueles que proporcionam a expressão das redes sociais através da representação dos indivíduos via perfis públicos ou semi-públicos, que articulam uma lista de outros usuários com quem existem conexões e, finalmente, que permitem a visualização das redes sociais por outros. Sites de

rede social são, assim, um novo espaço público, que permite a interação entre usuários, a reconstrução dos grupos e a mediação da sociabilidade (boyd, 2007). Deste modo, constituem-se em espaços públicos mediados e, dentro das características enumeradas pela autora, a saber:

1) Persistência – A persistência refere-se à capacidade da comunicação mediada por computador de manter aquilo que é dito, o que favorece modos de comunicação assíncronos e permite que as conversações sejam espalhadas no tempo e em vários locais .

2) “Buscabilidade”- Refere-se à capacidade de busca das ferramentas, associada à persistência das informações no espaço público online. Aquilo que é colocado online pode ser buscado, encontrado e repassado.

3) Replicabilidade – Também uma características resultante das outras duas. Aquilo que é publicado nesses espaços pode ser replicado, copiado e republicado.

4) Presença de audiências invisíveis - De acordo com boyd (2007) trata-se de uma característica resultante da presença de outras duas: buscabilidade e replicabilidade, que permitem que aquilo que é publicado nesses espaços seja também publicado para audiências que não estavam presentes na época da publicação e que, muitas vezes, não são percebidas pelos atores.

Essas características são relevantes porque marcam diferenças importantes dos sites de rede social enquanto espaços onde as redes sociais são reconstruídas e publicizadas. Elas modificam assim também as características das redes sociais online. São, portanto, também diferentes das redes sociais que expressam.

As redes sociais emergentes e de associação são uma consequência das características dos sites. A persistência, por exemplo, é responsável pela manutenção das conexões nesses sites. Ela também permite que as interações sejam mantidas, permitindo que as conversações sejam ampliadas no tempo e que vários atores participem dessas (vide, por exemplo, Recuero e Zago, 2009 a respeito das conversações no Twitter). Do mesmo modo, a “buscabilidade” e a presença de audiências invisíveis influencia a construção do contexto das interações mediadas, pois atua diretamente na performance dessas interações. Cientes dessas características, os atores tendem a dispende mais tempo na construção das impressões que querem construir em seus perfis, cuidadosamente montados para criar as personas que desejam dar a conhecer. Finalmente, a replicabilidade das informações nesses sites influencia também a noção de privacidade, que começa a tornar-se mais nítida entre os atores (vide, por exemplo, o trabalho de boyd, 2008). Essa preocupação é refletida também nas próprias

ferramentas, que passam a criar novas camadas de privacidade para as informações publicadas¹⁰ com o tempo (Gross & Acquisti, 2005).

Diante dessa discussão, percebe-se que os sites de rede social criam, assim, um novo contexto também para as redes sociais. Com a abertura desses sites para aplicativos desenvolvidos por terceiros, tais como jogos, quizzes e gifts, uma plêiade de novas apropriações passa a gerar novos modos de expressão e publicação das redes sociais, novas dinâmicas sociais e novas estruturas dentro das redes. Essas ferramentas criaram novos contextos para a interação social, e o estudo das apropriações coletivas dessas ferramentas fornece algumas pistas dos novos valores que são gerados nelas. Assim, os sites de rede social proporcionam o surgimento de tipos diferentes de rede social, bem como de formas de capital social. Esses elementos impactam também na apropriação dos jogos pelos usuários desses sites, que será discutido no próximo capítulo.

4. Jogos em Sites de Redes Sociais

Jogos em sites de redes sociais são normalmente apontados como “jogos casuais” (*casual games*) (Tausend, 2006; Rao, 2008) devido a sua baixa complexidade e pequena necessidade de investimento de tempo no aprendizado no jogo. Para o Tausend (2006), esses jogos são intrinsecamente diferentes dos jogos mais tradicionais (denominados *hardcore games*), que necessitam de um envolvimento muito maior dos jogadores. Jogos casuais fazem sucesso, assim, por exigirem menor comprometimento dos jogadores em troca de recompensas rápidas, além de sua simplicidade.

A categoria do jogo casuais é importante porque aponta elementos relevantes dos jogos nos sites de redes sociais: são jogos simplificados, fáceis de aprender e com um baixo nível de engajamento. São jogos que não necessitam de um grande investimento de tempo para que se obtenha algum tipo de recompensa. A maior parte desses jogos é também constituída de assincronia (Rao, 2008). Ou seja, os participantes jogam por turnos individuais subsequentes, muitas vezes, espalhados no tempo. Tausend (2006) argumenta ainda que esses jogos costumam ser transmidiáticos, ou seja, não são uma exclusividade do Facebook, mas de várias plataformas de jogos.

Alguns jogos também possuem um forte caráter social, onde a interação com outros participantes é chave. Falcão, Silva e Ayres (2009) acrescentam ainda que todos os jogos

¹⁰ Por exemplo, embora o Facebook já tenha apresentado essas camadas há mais tempo, o Orkut passou a apresentá-las mais recentemente. Hoje é possível classificar as conexões no site e as permissões de quem tem acesso a quais tipos de informação.

eletrônicos possuem uma dimensão social. Essa dimensão é exacerbada nos jogos que atuam em sites de rede social, justamente por conta do contexto onde estão inseridos. Por isso, também são chamados jogos sociais. Essa terminologia tem sido freqüentemente utilizada para definir jogos em sites de rede social, justamente porque esses jogos envolvem diretamente a rede social dos jogadores (Rossi, 2009, por exemplo, é um desses autores). Isso porque parte de sua função não é apenas entreter, mas igualmente, constituir uma conversação contínua e múltipla com a rede social. Seu sentido é coletivo, mais do que individual. Järvinenn (2008) bem como Rao (2008) explicam que os jogos em sites de redes sociais tendem ser apreendidos como ferramentas de socialização e não apenas uma experiência individual. Eles, portanto, são também formas de criar e manter conexões sociais, estimuladas através das ferramentas de competição ou cooperação dos próprios jogos.

Sites de rede social suportam vários tipos de jogos. Rao (2008), por exemplo, divide os jogos encontrados no Facebook a partir de seu foco principal: Ação (aqueles jogos cujo foco está na ação no jogo, na competição e na luta, como por exemplo, Vampires e Zombies); simulação, onde o foco está na simulacrao de uma experiência (como por exemplo, Growing Gifts); Estratégia (compreendendo jogos onde o objeto é criar estratégias diferenciaas, como War Book); RPGs (onde há a criação de personagens, com um mundo anexo); Puzzles ou Quebra-Cabeças (como o Bejeweled Blitz, por exemplo); e os Jogos de Aposta (como o Texas Hold'em Poker). Apesar dessa divisão não ser eficiente para abarcar todos os jogos existentes em todos os sites de rede social, ela é interessante para pontuar a diversidade dos tipos encontrados. Ela também aponta um tipo fundamental de jogo, que é objeto deste trabalho, que é o RPG.

4.1 RPGs e MMORPGs

Há variados tipos de jogos. Aqueles denominados “*role playing*” são normalmente caracterizados pela criação de personagem dentro de um conjunto de regras e a interação deste com esse conjunto de regras (Myers, 2007). RPGs são jogos de faz-de-conta, caracterizados pela construção de uma narrativa de fantasia, onde os jogadores constróem personagens e interagem entre si, muitas vezes sob a coordenação de outro jogador. Os RPGs são jogos onde o foco está na narrativa, no cumprimento de missões a no descobrimento da história que está por trás do jogo. Embora muitos também compreendam batalhas, há várias ações complexas que compreendem a interação com outros jogadores, a compreensão e o uso das regras estabelecidas para o jogo e a participação em um “mundo” construído por essas

regras. RPG, portanto, possui um conjunto de características que compreende uma categoria ampla de jogos, tanto online quanto offline.

Dentro dos RPGs, há uma outra categoria específica, denominada MMOGS ou MMORPGs (*massively multiplayer online role playing games*), que compreende um conjunto de jogos específicos. De acordo com Zaharias e Papargyris (2009), estes constituem-se em tipos diferentes de jogos na Internet, cuja principal característica é a presença de um mundo virtual, onde há a interação através de um avatar e da mediação pelo computador. A base dos MMORPGs é a construção da narrativa pelo jogador através de suas ações no jogo, sua “imersão” no jogo, através do avatar, construindo narrativas próprias, progredindo e interagindo com outros jogadores. São, portanto, jogos que demandam um envolvimento e um investimento alto do jogador, para que receba as recompensas do jogo.

MMORPGs também são jogos que compreendem também uma cultura específica, emergente e característica do grupo social que o apropriou. Yee (2006) explica ainda que os MMORPGs são capazes de atingir um agama variada de jogadores, tanto pela pluralidade de tipos de jogo possíveis quanto pela capacidade de atingir interesses (como por exemplo, o social) diferentes. Klasturp (2003) discute que a performance dos indivíduos, principalmente através da interação uns com os outros, nesses jogos, é fundamental para a narrativa que é construída e percebida por eles. Assim, as personagens criadas são fundamentais para os MMORPGs, e são parte das características narrativas destes.

Especificamente, jogos do Facebook, por constituírem-se em jogos casuais, pouco imersivos e simples, não seriam MMORPGs, de acordo com a proposta de Zaharias e Papargyris (2009). MMORPGs exigiriam um nível maior de comprometimento e envolvimento dos jogadores, tanto em termos de cultura quanto em termos de performance. Entretanto, como defenderemos neste trabalho, o Máfia Wars suplanta essas limitações através da apropriação realizada pelos jogadores.

5. Procedimentos Metodológicos

O presente trabalho foca um estudo de caso, onde se busca compreender as práticas sociais emergentes no Máfia Wars, jogo do Facebook e avaliar como esse jogo pode ser compreendido. Para tanto, foi construída uma abordagem etnográfica. A etnografia, embora amplamente utilizada para pesquisas que foquem as práticas sociais e seus impactos culturais no ciberespaço, é normalmente referenciada, quando neste foco, como etnografia virtual ou netnografia. Hine (2000), por exemplo, usa o termo netnografia, explicando que se difere dos processos de etnografia mais tradicionais, justamente por conta da mediação da tecnologia.

No entanto, Amaral, Natal e Viana (2009) explicam que, apesar dos termos serem utilizados por vertentes teóricas diferentes, em última análise, refere-se aos mesmos procedimentos de cunho etnográfico, que também são aqueles utilizados neste trabalho.

O processo da etnografia pressupõe a inserção do pesquisador no ambiente e na comunidade objetos da pesquisa, bem como a prática da observação participante e das entrevistas em profundidade com os atores. É preciso observar, documentar e analisar os artefatos culturais construídos, trazidos à luz pelo pesquisador (Hine, 2000) e, a partir deste processo, traçar premissas para a compreensão das práticas sociais emergentes nessas ferramentas

Para este trabalho, realizou-se uma imersão pelo período de três meses (setembro a novembro de 2009) no jogo Mafia Wars, onde foi desenvolvido um período extenso de observação e coleta de dados e, posteriormente, de entrevistas em profundidade com quinze informantes. Durante o período de imersão, o pesquisador participou de diversas comunidades vinculadas ao jogo, jogou e discutiu com outros usuários como o jogo era utilizado. Ao mesmo tempo, um documento virtual com as anotações de campo foi mantido fazendo as vezes de diário de campo. A partir dos dados coletados em campo, foram sistematizadas as análises em torno das práticas sociais observadas no Mafia Wars. Antes de passarmos a análise, no entanto, discutiremos brevemente o site de rede social e o jogo que são objetos desta.

5.1 O Facebook

O Facebook¹¹ é o site de rede social no qual observamos o Mafia Wars. Foi escolhido primeiro porque concentra um número expressivo de usuários (mais de 400 milhões, de acordo com o próprio site, um número maior de pessoas que a população brasileira, por exemplo). Segundo porque tem crescido de modo consistente no Brasil, alcançando, de acordo com dados do Inside Facebook¹², 3 milhões de usuários no Brasil em abril de 2010, quase 15% a mais do que em março do mesmo ano e mostrando um crescimento acelerado. Terceiro, porque parte desse crescimento é também devido ao grande apelo que os jogos apresentam no site. O site foi desenvolvido por Mark Zuckerberg e lançado em 2004 e iniciou como um site menor, mas rapidamente cresceu e espalhou-se pelo mundo, sendo atualmente o site de rede social mais utilizado. O Facebook tinha inicialmente um foco diferente: Buscava,

¹¹ <http://www.facebook.com>

¹² Dados de abril de 2010: <http://www.insidefacebook.com/2010/04/22/mexico-lead-but-brazil-gained-in-march-as-facebook-growth-accelerated-for-latin-america-in-march/>

como o nome indica, ser uma reprodução virtual dos famosos “yearbooks”¹³ escolares americanos. Para entrar, era preciso ser filiado a uma escola ou universidade (e, portanto, ter um e-mail da escola em questão) e as redes eram estabelecidas com base nesse foco. Os perfis dos usuários eram visíveis apenas para os amigos e não eram públicos. Apenas uma pequena parte do perfil podia ser visualizada pelo sistema de busca, para que o usuário pudesse ser adicionado a redes sociais de amigos. Posteriormente, o Facebook abriu a participação para qualquer pessoa, aumentando, assim, o alcance e o crescimento. Outro diferencial do Facebook foi a abertura para o desenvolvimento de aplicativos por terceiros, que podiam ser adicionados pelos usuários, como forma de “personalizar” o perfil (boyd & Ellison, 2007).

Como site de rede social, o Facebook tem um importante caráter de performance, onde cada perfil é construído como um discurso identitário que representa um indivíduo ou instituição. Cada perfil constitui, portanto, também a representação de um nó (ou nodo) da rede social. No entanto, as redes sociais também são constituídas das conexões entre esses nós. No caso do Facebook, essas conexões vão ser representadas por dois tipos de conexões: Aquelas aditivas, existentes entre “amigos” que são mantidos unidos pelo site; e aquelas interativas, compreendidas como as trocas que ocorrem nos espaços tradicionalmente conversacionais do site (por exemplo, nos murais – walls- dos perfis, no chat, nas comunidades e etc.). O espaço social, enquanto diálogo entre essas representações, atua também de forma reforçar a existência delas (como postula Ribeiro, 2005 a cerca da mecânica da identidade no ciberespaço) e, conseqüentemente, das redes sociais expressas no sistema.

5.2 O Mafia Wars

O Mafia Wars¹⁴ (MW) foi criado pela Zynga em 2008. Tratava-se, inicialmente, de um aplicativo para o Facebook, que funcionava exclusivamente através da plataforma via web browser. Posteriormente sendo expandido para outros sites de rede social e para outras plataformas – como o iPhone. A narrativa do jogo gira em torno da entrada do jogador no mundo da Máfia em *Little Italy*, Nova Iorque. A partir do cumprimento de trabalhos, o jogador ganha pontos de experiência e dinheiro, que pode utilizar para iniciar a construção de um império do crime. Os pontos recebidos podem ser distribuídos em energia, saúde e stamina, cada um desses itens com vantagens específicas dependendo da estratégia do jogador. Com o andamento do jogo, novos lugares vão sendo disponibilizados (como Moscou e Paris) com novas missões, armas e benesses.

¹³ livros onde apareciam as fotos das classes de alunos.

¹⁴ <http://www.mafiawars.com/>

O funcionamento do jogo é bastante simples: basta apontar e clicar. Por ser baseado na Web e construído para funcionar em um site de rede social, o Mafia Wars não permite grandes ações, mas funciona unicamente através de cliques do mouse. Há uma quantidade finita de energia que o participante pode dispendir a cada rodada, dependendo do número de pontos que o jogador possui. A energia determina quantas ações o jogador poderá realizar a cada turno. O MW também tem um importante componente social. Estimula o jogador a recrutar outros dentro de sua rede social para a sua “máfia” e permite que um jogador ataque outros jogadores e obtenha pontos de experiência. Nesse caso, quanto maior a “máfia”, maiores são as chances de obter sucesso no ataque. O MW também permite que uns jogadores roubem de outros jogadores através de ataques a propriedades. As propriedades são componentes que geram lucro para o jogador. Enquanto o mesmo não recolhe seus dividendos e deposita no banco, está sujeito a ser atacado e roubado por outros jogadores. Finalmente, o jogo estimula ainda a trocas de presentes, pacotes de energia e outros elementos entre os jogadores pertencentes a rede social, que proporcionam vantagens. Assim, quanto maior a rede social de indivíduos que estão jogando, maiores as chances de se obter vários benefícios importantes.

6. Práticas Sociais no Mafia Wars

O Mafia Wars é um jogo que vai além do jogo. Apesar de sua simplicidade, é um jogo que proporciona um certo nível de imersão principalmente por conta de suas práticas sociais. Sua apropriação, especialmente entre os grupos de usuários mais engajados, no entanto, vai além da simplicidade evidente do jogo. Essa reconstrução simbólica gera ações que reorganizam não apenas o uso do próprio Facebook mas, igualmente, a própria estrutura das redes sociais no sistema. Embora práticas diferentes tenham sido observadas e algumas bastante plurais, os dados coletados foram sistematizados de forma a apresentar apropriações mais universais e a cultura emergente dentre os *heavy gamers* (jogadores mais envolvidos). Essa apropriação vai construir uma cultura emergente no Mafia Wars, responsável, parcialmente, pelo fenômeno do crescimento do jogo.

6.1 Famílias ou Clãs

Um dos primeiros elementos observados é a organização dos jogadores. Apesar do Mafia Wars ser um jogo simples, que permite um número limitado de ações, a apropriação dos jogadores criou formas de organização bastante complexas. É o caso das famílias (ou grupos, ou clãs). As famílias são grupos de jogadores, organizados de forma hierárquica e

construídas fora do jogo. Muitas dessas famílias congregam um expressivo número de jogadores, como a Death Before Dishonor (DBD)¹⁵, com mais de 9 mil membros, a New World Order (NWO)¹⁶, com mais de 17 mil membros, ou mesmo o Maif aWars [ASS]¹⁷ Family com mais de 3 mil membros. Embora existam vários clãs¹⁸, muitos deles são absolutamente fechados, com páginas apenas abertas a seus próprios membros (como o Cosa Nostra DK¹⁹ e o [1337]²⁰ dentre outras) enquanto outros atuam abertamente no recrutamento de novos membros (como o NWO). Nessas comunidades, são explicitadas as regras para pertencer à família, sua hierarquia, dicas e algumas notícias, bem como também são recrutados novos membros.

[DBD] Mafia Wars Family [Join](#)

Wall Info Discussions

Basic Info

Name: [DBD] Mafia Wars Family
 Category: Internet & Technology - Gaming
 Description: +-----+
 |D|B|D|
 +-----+

House Of [Death Before Dishonor] 2009

This is the group or house of the DBD (Death Before Dishonor) clan of Mafia Wars. The clan is open for any new recruits so if you don't belong in any other clan/group you may use the [DBD] tag in front of your Mafia Wars name. For example if your name is Don Theresa change it to [DBD] Don Theresa

DBD are affiliated with these following groups (DO NOT ATTACK FOR ANY REASON)

- {TRS}
- [.]I

For any alliances or beefs please... (read more)

Privacy Type: Open: All content is public.

Information

Category: Internet & Technology - Gaming
 Description: +-----+
 |D|B|D|
 +-----+

House Of [Death Before Dishonor] 2009

This is the group or house of the DBD (Death Before Dishonor) clan of Mafia Wars. The clan is open

Figura 1: Capa da Comunidade DBD

Muitos grupos atuam não apenas em comunidades do próprio Facebook, mas também através de listas de discussão, websites e mesmo, blogs. As regras são explícitas nesses meios de comunicação com os membros e a participação é moderada por outros jogadores.

A maioria dos clãs possui hierarquias claras. Há os *godfathers* (chefes), membros do mais alto nível e líderes, geralmente os criadores do clã; os *officers* (ou coordenadores), que são responsáveis pela organização de ataques e *vendettas*; os esquadrões (ou x-quads),

¹⁵[http://www.facebook.com/search/?init=srp&sfxp&o=69&q=\[DBD\]&s=10#!/group.php?gid=51612511723&ref=search&sid=657253452.1866872907..1](http://www.facebook.com/search/?init=srp&sfxp&o=69&q=[DBD]&s=10#!/group.php?gid=51612511723&ref=search&sid=657253452.1866872907..1)

¹⁶ <http://www.facebook.com/group.php?gid=84765354128>

¹⁷ <http://www.facebook.com/group.php?gid=52192497069>

¹⁸ Uma lista pode ser conferida aqui - <http://www.facebook-mafiawars.com/clans.html>

¹⁹ <http://www.facebook.com/group.php?gid=64010431883>

²⁰ <http://www.facebook.com/group.php?gid=66944986306>

compostos pelos jogadores cujos avatares são mais “fortes” e que lideram os ataques; os recrutadores (que serão responsáveis por recrutar mais membros para o clã); os membros e, finalmente, os espiões, considerados peças-chaves das estratégias dos clãs, e cuja identidade é secreta e conhecida apenas dos membros mais altos da hierarquia. Os espiões são membros de outros clãs, e através de suas ações, informam a família das estratégias dos oponentes. Embora a nomenclatura e as camadas sejam diferenciadas entre os vários clãs, essa mesma formação foi relatada por diversos informantes.

“Ninguém sabe quem são os espiões, só os chefes. A gente só sabe que eles existem.”(jogador, 21 anos, membro de clã)

A ascensão dentro de uma determinada família segue regras particulares, quase sempre relacionadas à confiança do(s) godfather(s) e à participação do jogador nos fóruns e ações coletivas da família.

Essas famílias e clãs também criam as chamadas *vendettas* – guerras contra outras famílias ou membros de outras famílias – onde todos os jogadores agem coletivamente atacando os oponentes. O ataque coletivo, dependendo da intensidade, pode impedir um jogador de realizar ações no jogo (acabando com sua energia) ou mesmo roubando suas propriedades. Há várias motivações para as guerras, variando desde ofensas pessoais a membros de um clã, ações de limpeza (alguns informantes explicaram que sua família atacava todos os jogadores com apelidos pornográficos ou explícitos). No exemplo abaixo, temos um tópico do fórum do clã NOW (New World Order) que apresenta uma *hit list* (lista de ataque):

“Esse lugar foi criado para que todos ataquem por causa de nomes racistas ou derogatórios[sic]. Eu peguei essa lista a partir de múltiplas fontes e não a editei. Por favor, avisem se mudanças forem necessárias”²¹

O link traz uma série de nomes e links para jogadores que devem ser atacados pelo grupo. O objetivo, explica um informante, é “impedir que essas pessoas continuem a usar nomes racistas ou explícitos no MW”. Nem todos os grupos, no entanto, agem por motivações tão nobres. Alguns simplesmente atacam por dinheiro ou por outros benefícios ou, ainda, só pela diversão.

²¹ <http://www.facebook.com/topic.php?uid=59306024830&topic=8765&ref=mf> - No original: “- "This location has been created for everyone to attack because of racist or derogatory names. I get these lists from multiple sources and do not edit them. Please let me know if updates need to be made."”

“É muito engraçado ver dois mil caras declarando guerra a um outro clã e depois ver todas as suas propriedades acabadas...” (jogador, 28 anos).

Essas guerras também tornam-se massivas quando vários grupos de jogadores associam-se e vários clãs tornam-se aliados. Essas “batalhas” muitas vezes têm hora e dia marcado e acontecem de forma altamente cooperativa e coordenada entre os jogadores aliados. Uma das regras mais preciosas é não atacar aliados, que são atualizados nas páginas das comunidades dos clãs e famílias.

Membros de uma mesma família costumam identificar-se no jogo através de códigos específicos, como o uso da sigla da família no nome do avatar, imagem do clã ou mesmo através de listas de amigos. Fazer parte de uma família dá vários incentivos ao jogador além das informações da comunidade, pois quanto maior a rede social no MW, maiores as chances de obter vitória em ataques e maior a força de defesa. Finalmente, a família também provê outros espaços de interação e participação – como as comunidades do Facebook, listas de discussão e, em alguns casos, websites e blogs específicos. Na maioria das vezes, muitos desses espaços são fechados apenas para membros das respectivas famílias ou mesmo para membros da hierarquia superior do clã.

Alguns grupos de jogadores ainda costumam envolver-se em comportamentos agressivos e anti-esportivos, como a perseguição de outros jogadores (*bullying*) através de ataques diários e roubo constante, dificultando e, até mesmo, impedindo que o usuário atacado consiga continuar jogando. Esse risco também incentiva a participação dos jogadores em grupos, onde há a possibilidade de defesa e a proteção dos demais jogadores.

A participação nas famílias e clãs adiciona um componente diferenciado para os jogadores no Mafia Wars. O MW estimula a cooperação entre os jogadores como forma de aumentar a competitividade do jogo. Muitas vantagens no jogo só são obtidas com a cooperação de outro jogador. A família prove parte dessas vantagens como pacotes de energia (*energy packs*) diários, envio de armas e dicas, pontos do *godfather* (são pontos específicos que podem ser trocados por vantagens no jogo), além de proteção, suporte social e poder. O suporte social é um componente específico, já que muitos grupos promovem a amizade e o contato entre os jogadores. Há, portanto, valores diferentes, que atendem a diferentes formas de capital social.

5.2 Construção de Personagens

Essenciais à narrativa de um MMORPG são as personagens criadas pelos jogadores. No Mafia Wars, há uma limitação muito grande na criação e construção de personagens. Assim, para criar pontos mais interessantes para a narrativa, muitos jogadores criam perfis específicos para o jogo no próprio Facebook. Vários destes perfis são, também, personagens, que tomam parte nas narrativas geradas no MW. No exemplo a seguir, temos dois perfis de jogadores, personalizados de acordo com seu personagem no jogo e no clã a que pertencem.



Figura 2: Perfis de jogadores como avatares

Essa personalização tem caráter performático híbrido, característico daqueles observados nos MMORPGs (Yee, 2006; Zaharias e Papargyris, 2009), como narrativas que são criadas pelas ações das personagens; e daqueles observados nos sites de redes sociais, característicos do social no ciberespaço (como observado por Ribeiro, 2005). Embora parte dessas ações aconteça fora do MW, esses personagens também interagem através de suas construções no jogo. Isso é especialmente comum entre indivíduos que ocupam posições mais altas na hierarquia dos clãs, principalmente como forma de proteger sua identidade pessoal. Esses perfis específicos possuem marcações claras do pertencimento às famílias, como o uso das siglas, imagens que referenciam o clã e mesmo a posição hierárquica. Dentro desses perfis, os jogadores adicionam toda uma outra rede social, que é separada da sua rede de amigos.

“Fiz outro perfil, só para poder jogar. As notificações acabam atrapalhando meus amigos e eu parecia muito viciado. Também me

preocupo com as minhas informações. No meu perfil do jogo não tem nada pessoal, é um personagem quase...” (jogador, 21 anos)

Embora nem todos os perfis tenham características típicas de personagens, eles são performáticos enquanto partes do jogo. Embora muitos jogadores iniciem o relacionamento com outros a partir desses perfis, com o tempo, desvelam suas identidades “oficiais” e passam a adicionar os amigos do jogo também ali.

5.3 Redes Sociais e Apropriação no Mafia Wars

Como explicamos, quanto maior a rede social e maior o grupo de jogadores conectados entre si, maiores as vantagens para os jogadores. Jogadores que não fazem parte de grupos organizados, como clãs e famílias, algumas vezes procuram comunidades onde a prática de adição de jogadores é comum. Cada uma dessas comunidades promove a adição de jogadores estranhos entre si, exatamente para melhorar as chances no jogo. A comunidade Mafia Wars Daily Players²², por exemplo, promete a adição de mais de 5 mil conexões no jogo a seus membros. Para adicionar alguém no jogo, no entanto, é preciso também adicionar como conexão no Facebook. Alguns jogadores, preocupados com sua privacidade costumam adicionar outros através de perfis específicos para o jogo. Outros adicionam os demais jogadores e depois, simplesmente, deletam as conexões do Facebook (mas as mesmas permanecem no jogo). Com isso, algumas particularidades são evidentes aos jogadores do MW: uma grande quantidade de conexões no aplicativo.

As redes sociais, assim, no Mafia Wars, podem ser bastante infladas e interconectadas por conta das práticas sociais estimuladas pela mecânica do próprio jogo. Tais práticas parecem suplantar os requisitos da rede social para a obtenção de valores de capital social. Através do comportamento cooperativo de todos os envolvidos, valores pretendidos pelos indivíduos que somente estariam acessíveis a estes através da rede social são acessados sem a necessidade da prática da interação característica dos grupos offline. São redes que iniciam-se de forma meramente aditiva. Neste caso temos, portanto, redes de associação (Recuero, 2009b). As conexões entre os indivíduos são meramente aditivas, mantidas pelo sistema do jogo. Apesar disso, são redes que proporcionam o acesso a tipos de capital social que são característicos das redes sociais, tais como o capital social cognitivo (Bertolini e Bravo, 2004). Quanto maior a rede, maiores as chances de se receber, por exemplo, uma informação importante para o jogador. Além disso, o jogador nessa rede aditiva também tem acesso a

²² <http://www.facebook.com/DailyPlayers?ref=ts>

bens virtuais, como pacotes de energia e armas, ou mesmo, a benefícios característicos do pertencimento a uma rede social maior no jogo (e aqui temos, portanto, o capital social relacional – são benefícios decorrentes do pertencimento a uma rede social – Bertolini e Bravo, 2004). Finalmente, o capital social normativo também aparece nesses grupos, uma vez que a exigência da troca – é preciso adicionar outros jogadores para também ser adicionado e receber as conexões que trarão as vantagens específicas para o jogador – é norma corrente nessas comunidades.

Já os clãs ou famílias, por outro lado, constituem-se em redes que exigem um comportamento mais complexo de seus jogadores. Não basta a mera adição dos envolvidos, mas um engajamento é exigido de seus participantes. É preciso interagir, participar das ações coletivas organizadas pelo clã. Os benefícios também são maiores, pois as redes tendem a oferecer outros tipos de valores, também decorrentes da interação.

“Eu sou um dos membros originais e sou NOW para a vida. Não há outra família tão bem organizada e tão divertida quanto a NOW. Conheci algumas das melhores pessoas e fiz tantos amigos que não consigo nem começar a contar o quão feliz eu sou de pertencer a esta família. :) Apesar de levarmos o jogo a sério, é muito mais que isso. Somos uma FAMÍLIA, somos AMIGOS, preocupamo-nos e interagimos uns com os outros diariamente e dividimos nossas vidas, nossos altos e baixos e apoio em todas as formas, uns com os outros, em nosso dia a dia.”²³

O exemplo acima é um depoimento de recrutamento de um dos oficiais do clã NWO. O tom pessoal do depoimento e a conexão com o suporte offline, com as relações construídas através do jogo reforça a abrangência dessas famílias. Essas relações são também apontadas pelos informantes, o que demonstra que as relações construídas no jogo vão, muitas vezes, além do jogo. Trata-se de uma rede que pode ser associativa inicialmente, mas que tende a desenvolver-se para formas conversacionais características das redes emergentes (Recuero, 2009b). Aqui, observamos não apenas a existência de capital social do primeiro nível, como no grupo anterior, mas de uma forma ainda mais abrangente. O capital social relacional, por exemplo, não abrange apenas o acesso aos bens virtuais, mas igualmente, o acesso ao suporte

²³ <http://www.facebook.com/topic.php?uid=244948159393&topic=15069>. No original: “I myself am one of the early original members and am NWO4Life. There is no other family out there as well organized and fun to be a part of as NWO. I've met some of the best people and made so many great friends I can't even begin to describe how happy I am to be a part of this family :) Although we take the game seriously, it's more than that, we are FAMILY, we are FRIENDS, we care about and interact with one another on a daily basis sharing our lives, the ups and downs, and support in all forms for one another throughout our day to day lives.”

social, proteção e ao apoio dos membros do clã. O capital social cognitivo também implica em uma maior complexidade: há acesso a tipos diferentes de informação, dentro das várias camadas hierárquicas dos grupos. Do mesmo modo, o capital social normativo é evidente. Não apenas este primeiro nível é mais complexo, como o segundo nível também é evidente e ampliado. A institucionalização do grupo é nítida através da apropriação das ferramentas dos sites de rede social para a organização do grupo. O próprio uso da sigla do clã e suas insígnias no perfil de seus membros é um indício disso. A expectativa da participação do grupo como um todo nas guerras e mesmo o respeito à hierarquia são evidências dessa complexidade. Em troca disso, há a construção da confiança no grupo, na proteção dos indivíduos.

Falcão, Silva e Ayres (2009) discutem a presença de valores semelhantes observados no Bejeweled Blitz e no FarmVille, outros dois jogos do Facebook. Os autores focam a construção de capital social a partir dos objetivos maiores dos jogos: cooperação ou competição. No caso do Mafia Wars, o capital é emergente porque as duas ações coletivas são necessárias: é preciso cooperar com os clãs e competir entre eles. É nessa dialética da cooperação e da competição que os valores vão sendo construídos e apropriados

O processo de formação do laço social nessas redes é invertido. Enquanto inicialmente temos a adição das conexões, para apenas em um segundo momento a construção da rede emergente, vemos que o site de rede social atua de forma pontual na apropriação do jogo. São as características desses sites (boyd, 2007) – e do Facebook enquanto suporte – que auxiliam nesse processo. A persistência, por exemplo, implica diretamente no fato de que as conexões em um site de rede social, uma vez estabelecidas, permanecem, a menos que os indivíduos decidam retirá-las. Essas conexões são mantidas pelo site. Assim, não se desgastam, como os laços sociais. São laços associativos, permanentemente mantidos pelo site. A buscabilidade também tem um papel importante, pois permite que as famílias sejam procuradas e que os jogadores sejam procurados para os comportamentos observados. Essas características do site de rede social são anexadas ao jogo que funciona nesse site. Assim, o Mafia Wars vai incorporar esses elementos, que vão complexificar seu ecossistema.

Os tipos de capital social (Bertolini e Bravo, 2004) são evidentes na apropriação do jogo pelos grupos, mas não são decorrentes da existência de redes sociais tradicionais, mas da intersecção de redes de associação e de redes emergentes. São decorrentes das práticas sociais emergentes a partir do Mafia Wars, mas não são restritas ao jogo. Por exemplo, os clãs, que vão dar acesso a todo um conjunto de valores complexos e particulares, só é uma apropriação possível porque é realizada fora do jogo. No MW não há espaços para essas apropriações. São

construções que vão suplantam o jogo em si e adentrar as particularidades do sites que suporta o aplicativo.

6. Considerações Finais

Neste trabalho, buscamos discutir algumas dessas práticas observadas em campo, com destaque para as apropriações coletivas, como a criação de clãs e famílias. Observamos os tipos de capital social que são encontrados nesses grupos e sua hibridização entre redes associativas e emergentes.

Nos capítulos anteriores, discutimos que o MW é, em si, é um RPG simples, que dificilmente seria considerado um MMORPG dentro da classificação utilizada. Trata-se, inicialmente, de um jogo casual, com características sociais, desenhado para gerar um envolvimento restrito e proporcionar diversão rápida e recompensas com pouco investimento de tempo. O MW possui as características básicas da criação de um personagem, seu envolvimento em uma narrativa e a persistência de um conjunto de regras, conforme discutido por Meyers (2007). No entanto, não apresentaria os elementos imersivos característicos de um MMORPG, como a existência de um mundo virtual e de uma cultura emergente.

No entanto, por causa da apropriação, que extrapola o jogo, como demonstramos na análise, temos comportamentos coordenados, interações sociais e a participação dos jogadores em um universo de faz-de-conta online que constitui, na prática, um universo virtual, o universo do Mafia Wars. Embora boa parte deste universo seja construída coletivamente pelos jogadores, trata-se de características específicas dos MMORPGs (como discutem Zaharias e Papargyris, 2009). O que é interessante, portanto, é que o MW, em si, não é um jogo desse tipo. Ele é construído como um por causa da apropriação e do engajamento dos grupos de jogadores.

O MW é, portanto, um jogo que, apesar de sua simplicidade aparente, compreende uma expressiva riqueza em torno de suas práticas sociais e de apropriação. Por conta disso, essas práticas geram uma cultura rica e complexa, que vai além do jogo e perpassa as redes sociais no próprio Facebook.

Referências:

AMARAL, A. NATAL, G. e VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. Trabalho apresentado no II Colóquio Binacional Brasil-México de Ciências da Comunicação - 01 a 03 de abril de 2009 – São Paulo – Brasil. Disponível em <<http://www.espm.br/ConhecaAESPM/Mestrado/Documents/COLOQUIO%20BXM/S6/adri>

ana%20amaral,%20georgia%20natal%20e%20luciana%20viana.pdf>. Acesso em 30/04/2010.

BOYD, d. "Social Network Sites: Public, Private, or What?" *Knowledge Tree*, 13., 2007. Disponível em:

BOYD, d. & ELLISON, N. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em 02/05/2009.

BERTOLINI, Sandra e BRAVO, Giacomo. Social Capital, a Multidimensional Concept. Disponível em <<http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>> Acesso em 17/10/2004.

COLEMAN, J. *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.

ELLISON, N. B., STEINFELD, C., & LAMPE, C. The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>>. Acesso em 10/05/2009.

FALCÃO, T. SILVA, T. e AYRES, M. Jogos e o Fluxo de Capital Simbólico no Facebook: Um Estudo dos Casos Farmville e Bejeweled Blitz. Trabalho apresentado no eixo temático "Redes sociais, identidade e sociabilidade", do III Simpósio Nacional da ABCiber, 2009. Disponível em <http://www.abciber.com.br/simposio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/1_redes/eixo1_art53.pdf>. Acesso em 14/04/2010.

GRANOVETTER, Mark. The Strength of Weak Ties. In *The American Journal of Sociology*, Vol. 78, No. 6, Maio de 1973. pp 1360-1380.

GROSS, R., & ACQUISTI, A. Information Revelation and Privacy in Online Social Networks. Paper presented at the ACM Workshop on privacy in the Electronic Society, Alexandria, VA, 2005.

HAMPTON, k. 7 WELLMAN, B. Neighboring in Netville: How the Internet Supports Community and Social Capital in a Wired Suburb. *City and Community* 2(4), 277-311. 2003. Disponível em: <<http://www.mysocialnetwork.net/downloads/cityncomm12-mp.pdf>> Acesso em 04/04/2010.

HINE, C. *Virtual ethnography*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. 2000.

JÄRVINEN, A. *Games without Frontiers: Theories and Methods for Game Studies and Design*. Doctoral Dissertaion. Tampere University Press, 2008.

KLASTRUP, Lisbeth. 'A poetics of virtual worlds'. Melbourne DAC 2003. Disponível em: <<http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/Klastrup.pdf>>. Acesso em 12/04/2010.

LEMOS, A. Apropriação, desvio e despesa na cibercultura. In: Revista da Famecos. Vol 1, no. 15, 2001. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/15/a04v1n15.pdf>>. Acesso em 10/05/2009.

LIN, N. Social Capital. A Theory of Social Structure and Action. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

MONTARDO, Sandra P. e PASSERINO, Liliana. Espelhos Quebrados no Ciberespaço: Implicações de redes temáticas em blogs na Análise de Redes Sociais (ARS). In: Anais da XVII Compós, 2008. GT Cibercultura.

MYERS, D. Self and selfishness in online social play. Situated Play, Proceedings of DiGRA 2007 Conference

RAO, V. Facebook Applications and Playful Mood: the Construction of Facebook as a “Third Place”. Artigo apresentado na *MindTrek'08*, October 6-9, 2008, Tampere, Finland.

RECUERO, R. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBEIRO, J. C. Múltiplas Identidades Virtuais: A Potencialização das Experiências Exploratórias do “Eu” Trabalho apresentado no Intercom - XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005 – Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0527-1.pdf>>

ROSSI, L. Playing your network: gaming in social network sites. Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory. Proceedings of DiGRA 2009.

TAUSEND, U. Casual games and gender. 2006. Disponível em <<http://www.ulrichtausend.com/research/Casual%20Games%20and%20Gender%20-%20Ulrich%20Tausend.pdf>> Acesso em 01/05/2010.

WELLMAN, B., HAASE, A. Q., WITTE, J., & HAMPTON, K. Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 436-455, 2001.

YEE, N. Motivations for Play in Online Games. *Cyberpsychology & Behavior*. Volume 9, Number 6, 2006.

ZAHARIAS, P. e PAPARGYRIS, A. The Gamer Experience: Investigating Relationships Between Culture and Usability in Massively Multiplayer Online Games. *ACM Computers in Entertainment*, Vol. 7, No. 2, Article 26, June 2009.