

# World of Warcraft: Comunicação, Comércio e Sociedade

Fernanda Maia

Curso de Tecnologia em Jogos Digitais – Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU, SP, Brasil

## Resumo

O presente trabalho tem por objetivo apurar as formas de comunicação no ambiente do jogo World of Warcraft, levando em consideração a linguagem única presente dentro desse ambiente, seu uso para o relacionamento interpessoal, para os objetivos do jogo e também para as relações comerciais entre jogadores. O artigo pretende contribuir para um estudo focado nas relações sociais e humanas dentro do mundo de World of Warcraft.

**Palavras-chave:** comunicação, linguagem, sociedade, MMOs

## Contato dos autores:

fermaia2412@gmail.com

## 1. Introdução

O jogar pode envolver diferentes tipo de ações e interações, entre ser humano e máquina ou entre dois ou mais seres humanos. Caso dos MMOs, jogos onde uma larga comunidade de jogadores encontra-se em ambiente virtual pré-determinado com objetivos em comum, ou como adversários. Porém para autores como Duchenaud et al. [2006] a maior diferenciação feita entre esse gênero de jogo digital e outros é a experiência compartilhada, a natureza colaborativa e o mais importante, as recompensas de socializar em uma comunidade de jogadores, alcançando uma reputação.

Dentre o gênero de MMOs, destaca-se o jogo World of Warcraft, lançado em 2004 pela empresa Blizzard. Para breve entendimento de quão grandioso e abrangente é o jogo, dispomos de alguns dados fornecidos pela própria Blizzard em infográfico [2013]: são mais de 100 milhões de contas únicas criadas desde o lançamento do jogo, número equivalente ao somatório da população de países como Alemanha, Bielorrússia e Suécia; é jogado em 244 países e territórios; contém 9 milhões de guildas (comunidades criadas pelos próprios jogadores dentro do jogo); 500 milhões de avatares criados; 3.900 minutos de trilha sonora e efeitos sonoros; 6 milhões de palavras *in-game*; 2,8 milhões de transações comerciais feitas por dia nas casas de leilões entre jogadores; 87 milhões de visualizações no canal oficial no You Tube; 6,2 milhões de “curtidas” na página

oficial do Facebook e 408 mil seguidores no perfil oficial do Twitter.

Com uma formação social peculiar, World of Warcraft possui uma economia, regras, condutas sociais e linguagem próprios. É exatamente o que diz seu nome, um mundo com uma organização extremamente definida, onde segundo Durkheim [2007] habita o fato social, onde vislumbramos uma estrutura política onde as partes que a compõe se habituaram a viver umas com as outras.

## 2. Comunicação e Linguagem

Um dos aspectos mais marcantes de World of Warcraft é possuir uma linguagem própria, ou seja a faculdade desenvolvida pelos indivíduos para comunicar-se entre si exprimindo seus pensamentos, usada somente dentro jogo, não sofrendo apropriação por outros meios, virtuais ou não. O domínio de tal linguagem é imprescindível para que o jogador tenha uma experiência plena dentro desse mundo. O caráter cultural dessa linguagem e simbolismo nos é dado por Mello [1987] que afirma que a cultura de uma sociedade caracteriza-se pela institucionalização de um padrão fixo e repetitivo. Os padrões de linguagem e sociabilidade dentro de World of Warcraft têm por característica essencial, serem fixos e repetitivos, muito disso, devido ao próprio padrão de jogabilidade do mesmo, que se baseia inúmeras vezes em ações e objetivos que se repetem por diversos momentos no decorrer da experiência de jogo.

O não conhecimento dos termos e palavras comumente utilizados dentro do jogo, faz com que o jogador fique isolado e em um jogo que preza, principalmente, pela associação à outros participantes daquele mundo, o isolamento é caminho para o fracasso no jogo e, conseqüentemente, o abandono do mesmo.

Além disso, ao mostrar-se alheio à linguagem, o jogador pode incorrer em erros que não são perdoados pelos demais, o que, seguindo Chen e Duh [2007] transformará esse jogador em um pária, considerado inapto e inexperiente.

A linguagem como processo cultural em World of Warcraft deve ser encarado como uma ferramenta de inclusão nesse grupo social, é com o domínio dessa língua do jogo que o jogador se sente pertencente ao

grupo, para Mello [1987] é esse conhecimento que permite aos membros de uma sociedade ter expectativas mais ou menos seguras com relação ao comportamento dos demais membros. Com isso, ao saber como as discussões sobre o jogo serão postas diante de si, seja via chat ou canais de áudio, cria-se a identificação e imersão.

Outro aspecto a ser visualizado na comunicação entre jogadores é o nível a que tais trocas podem chegar. A troca entre jogadores pode ser breve, visando apenas o comércio de itens do jogo, ou uma troca constante e profunda levando esses indivíduos a criarem laços que possam vir a transpor a barreira da virtualidade. Independente da natureza do relacionamento estabelecido, seja ele apenas comercial, ou de amizade ou relacionamento amoroso, toda a comunicação dentro do jogo será calcada na linguagem corrente em World of Warcraft.

É comum também que os jogadores utilizem o canal de chat para formarem grupos destinados à um objetivo pré-determinado, como finalizar uma Masmorra (ambiente de jogo com inimigos mais difíceis, portanto com melhores recompensas). Para tanto é anunciado de forma ampla e irrestrita o que exatamente se procura. Que tipo de jogador, o nível de experiência desejado do mesmo e até que tipo de equipamento ele deve estar utilizando no momento. Também é comum que se faça observações sobre o fato de ser necessário ou não acesso a chat de voz e outros periféricos.

A imagem a seguir mostra na mesma janela de chat um jogador que procura por serviços de comércio enquanto outro jogador realiza sua busca por um parceiro adequado de jogo.



Figura 1: Janela de chat

Podemos observar que o jogador “Porks” procura um *LF Healer “MENOS PRIEST” for 3s 1800 cr*, enquanto o jogador “Menarch” procura *RBG low para cap*. Mais abaixo o jogador “Mizz” pede que alguém *linke couraria full*. Para alguém que teve pouco ou nenhum acesso à World of Warcraft as frases acima não fazem muito sentido, porém para o jogador assíduo é fácil identificar que “Porks” está a procura de um parceiro de grupo (LF, ou, looking for), que seja um Healer (um curandeiro, uma classe de personagem que tenha habilidades de cura), porém ele pede que não seja um Priest (Sacerdote), para 3s (ou grupo de 3

pessoas) e que possua CR (current rating, pontuação atual) de 1800.

Enquanto “Menarch” busca RBG (Ranked Battleground, campo de batalha ranqueado, ou seja um ambiente em que jogadores batalham uns contra os outros e recebem determinada pontuação em caso de vitória ou derrota), low, portanto “Menarch” procura jogadores, que, como ele não tenham ainda grande pontuação para cap, ou seja, conquistar o máximo possível de pontos naquele momento.

Já “Mizz” pedindo para alguém linkar couraria full, possivelmente pretende comprar algum item de armadura feito com couro, que deverá ser vendido por outro jogador que desenvolveu essa habilidade de Coureiro durante o jogo. Ao linkar, o jogador com a habilidade permite que o jogador solicitante escolha o item que necessita e assim façam negócio, trocando pela moeda corrente do jogo ou por outro item de interesse do negociante.

Somente com total entendimento dessa linguagem única, é possível que o jogador tenha total acesso à dinâmica social do WoW, o caso contrário o isolará completamente. Podemos utilizar aqui o pensamento de Bourdieu [1983], que argumenta que a linguagem não é só comunicação, mas um instrumento de poder, onde procuramos não só sermos compreendidos, mas respeitados, obedecidos e reconhecidos. Portanto, não se trata apenas de poder-se fazer entender, mas ser aceito e respeitado em um ambiente competitivo por natureza.

### 3. Relações de Comércio

A questão do comércio dentro do World of Warcraft é outra vertente que deve ser dominada pelos jogadores, visto que é uma forma eficiente de melhorar seus equipamentos e personagens. Com um complexo sistema fluante de preços, não é uma tarefa fácil para o iniciante. Para autores como Rettberg [2008] jogadores de World of Warcraft precisam lidar com as flutuações de um mercado eletrônico que opera 24 horas por dia. O que, num primeiro momento, pode ser bastante complicado, visto que muitas vezes é o primeiro contato do jogador com um sistema dessa forma e magnitude. Rettberg ainda afirma que se pode apontar como razão do sucesso do jogo, o fato de oferecer um convincente e detalhado simulacro do processo de se tornar bem sucedido em uma sociedade capitalista.

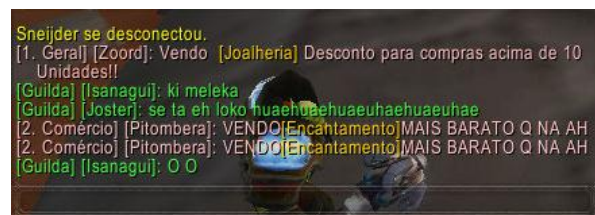


Figura 2: Comércio via chat

O comércio e a comunicação estão ligados de forma intrínseca dentro do ambiente do jogo, no exemplo acima, o jogador “Zoord” anuncia que vende itens de Joalheria e que concede descontos para o comprador que adquirir mais de dez unidades, utilizando assim, o canal de comunicação para alcançar possíveis compradores com a possibilidade de conseguir um bom negócio em vista do desconto anunciado.

Enquanto o jogador “Pitombera” avisa que vende itens de Encantamento por preços mais atraentes do que os vistos na AH, ou Action House (casa de leilões) oficial do jogo. Ao acompanhar diretamente a movimentação econômica do jogo, o jogador em questão se sente seguro para anunciar seu produto no mercado informal como mais em conta.

O fato de necessitar das transações comerciais entre jogadores, seja por via da Casa de Leilões oficial ou pelo dito mercado negro (informal), para facilitar a aquisição de itens essenciais ao sucesso, gera a necessidade imperiosa de conhecer não só a linguagem do jogo, mas também as nuances do mercado. E somente um jogador em estado de imersão quase completa, consegue alcançar isso.

#### 4. Considerações Finais

O estudo e a análise das interações sociais são essenciais para a compreensão do porquê milhares de jogadores se dispõem a criarem avatares, deixarem de lado suas realidades por horas e realizarem tarefas que por muitas vezes, seriam consideradas enfadonhas no mundo fora de seus computadores.

Apesar do que dizem Berger e Luckman [2003] que nenhuma forma de relacionamento social pode reproduzir a plenitude da situação face a face, as interações sociais vistas em World of Warcraft via conversas de chat, utilização de emoticons, ou conversas via suporte de áudio, podem constituir um relacionamento pleno. No cerne da sociabilidade na cibernociedade citamos Guimarães [1997] que afirma que a apropriação do espaço social virtual por parte de seus habitantes faz com que novas formas de relação social estejam sendo engendradas. Essas novas relações sociais devem ser entendidas para maior compreensão não só no âmbito dos games, mas também em âmbito antropológico, visto que a forma como pessoas de diferentes culturas "atuais" vivenciam a virtualidade pode indicar muito a respeito de suas próprias culturas [Ibid.].

Uma falha da pesquisa acadêmica em geral foi apontada por Primo e Cassol [1999] que na maioria dos trabalhos desenvolvidos referentes a interatividade atestam a lacuna deixada em pesquisar os agentes jogadores com foco em aspectos antropológicos e psicológicos, focando apenas no papel da máquina e

sua evolução como produto de lazer, por isso surge a necessidade de complementar o que já foi difundido mas sanar as dúvidas relacionadas aos usuários /jogadores.

A imersão no universo World of Warcraft pode trazer benefícios para área de educação de forma criativa, citamos o exemplo difundido por Nardi e Harris [2010] em suas pesquisas de campo na observação uma mãe que empregava o jogo WoW para ensinar matemática aos filhos que não frequentavam a escola regular mas tinham aulas em casa. Compreendemos que o jogo pode ser muito mais que um simples meio e fim de entretenimento mas também uma valiosa ferramenta pedagógica. Seguindo o pensamento de Bittencourt e Giraffa [2003] as principais características desse tipo de jogo, como interatividade, cooperação e inteligência coletiva vão de encontro com as teorias de Vygotsky sobre o aprendizado social.

#### Referências

- BERGER, P.L. E LUCKMANN, T., 2003. *A Construção Social da Realidade: Tratado de Sociologia do Conhecimento*. Petrópolis: Vozes.
- BITTENCOURT, J.R, E GIRAFFA, L.M.M., 2003. A Utilização dos Role-Playing Games Digitais no Processo de Ensino-Aprendizagem. *PPGCC-PUCRS Technical Report Series. Porto Alegre: PUCRS*. 4-56.
- BLIZZARD ENTERTAINMENT. *World of Warcraft Infographic* [online]. Wow Europe. Disponível em: <http://media.wow-europe.com/infographic/pt-br/world-of-warcraft-infographic.html> [Acesso em: 10 fev. 2014].
- BOURDIEU, P., 1983. *Sociologia*. São Paulo: Ática.
- CHEN, V.H. E DUH, H.B., 2007. Understanding Social Interaction in World of Warcraft.. In: *Advances in Computer Entertainment Technology, 13-15 Junho 2006 Salzburg*. Nova Iorque: ACM Press, 21-24.
- DUCHENEAUT, N., YEE, N., NICKELL, E. E MOORE, J.R., 2006. “Alone together?”: exploring the social dynamics of massively multiplayer online games. In: *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in computing systems, 22-27 Abril 2006 Montreal*. Nova Iorque: ACM Press, 407-416.
- DURKHEIM, É., 2007. *As Regras do Método Sociológico*. São Paulo: Martins Fontes.
- GUIMARÃES, M.J.L., A Ciberultura e o Surgimento de Novas Formas de Sociabilidade. In: *Reunião de Antropologia del Mercosur, 11-14 Novembro 1997 Piriápolis*. [online]. Disponível em: <http://www.cfh.ufsc.br/~guima/ciber.html> [Acesso em: 7 jan. 2014].
- MELLO, L.G., 1987. *Antropologia Cultural: Iniciação, Teoria e Temas*. Petrópolis: Vozes.

NARDI, B., E HARRIS, J., 2009. Strangers and Friends: Collaborative Play in World of Warcraft. *International Handbook of Internet Research*. Nova Iorque: Springer. 395-410.

PRIMO A., E CASSOL, M., 1999. Explorando o Conceito de Interatividade: Definições e Taxonomias. *Informática da Educação: Teoria & Prática*. Porto Alegre: UFRGS. 65-80.

RETTBERG, S., 2008. Corporate in World of Warcraft. *Digital Culture, Play and Identity: A World of Warcraft Reader*. Cambridge: MIT Press. 19-38.