

sessões do MAGNÁRIO

ANO XVIII | N. 29 | 2013/1

Séries policiais e
contemporaneidade

Camila Prado Furuzawa

P.76

Telejornalismo, linguagem
e a nova classe média

Flávio Porcello e Débora Sartori

P.03

Tecnologias da imagem
e da visualidade

Sarah Miglioli e Moreno Barros

P.68

Lugares de apropriação em *Social Network Games*: construindo identidades por meio do entretenimento

Appropriation places in Social Network Games: building identities by entertainment means

Rebeca Recuero Rebs¹ 

Resumo

Os *social network games* dão suporte para a visualização de lugares virtuais que possibilitam com que usuários interajam com o ambiente, modificando-o e apropriando-o conforme seus gostos. Isso implica em um agir personalizado, caracterizando o jogo de cada *gamer*. Assim, busca-se compreender que lugares são estes e como eles podem apresentar possíveis facetas identitárias destes jogadores. Para isso, realizou-se uma observação participante pelo período de dois anos (de junho de 2010 a junho de 2012) em jogos do *Facebook* que foram divididos em duas categorias: construção de mundos e participação em mundos. Com este estudo, observou-se a existência de espaços onde o sujeito pode modificar e personalizar o ambiente, indicando facetas de sua identidade. Eles são: o eu virtual, as interações sociais, o território virtual e os bens virtuais.

Palavras-chave

Social network games; eu virtual; identidade virtual.

Abstract

Social network games support virtual places visualization which allows users to interact with the environment, changing and appropriating it according to its own tastes. This implies the user will have a personalized way of acting that defines its own game. We try to understand what places are those and how they can present possible identity facets of each player. To do so, selected *Facebook* games users were observed for two years (from June 2010 to June 2012), divided in two categories: world creation and world participation. With this study, it was possible to identify the existence of spaces where the subject can change and customize the environment, indicating identity facets of such user. They are: the virtual self, social interactions, virtual territory, and virtual goods.

Keywords

Social network games; virtual self; virtual identity.

Introdução

Os *social network games* (SNG) caracterizam-se por serem modalidades de jogos² casuais³ (Tausend, 2006; Rao, 2008) disputados entre sujeitos que integram uma mesma rede social suportada por um site de redes sociais. Eles possuem temáticas características que estimulam a experimentação de outras identidades (vaqueiro, vampiro, prefeito, etc.) e incitam a competição e/ou a cooperação por meio do entretenimento.

Estes jogos têm reestruturado o mercado do entretenimento virtual (Smart Pack, 2011), pois além de serem relativamente simples e oferecerem um espaço personalizável no jogo, permitem com que haja interações sociais entre pessoas geograficamente dispersas, o que facilita o contato multicultural permeado pela comunicação mediada pelo computador (Fragoso, 2008).

Estes espaços do SNG admitem ações particulares dos seus jogadores (como construir uma fazenda, montar um avatar de um policial, etc.) que são limitadas pelas opções e regras que o jogo oferece. No entanto, verifica-se a existência de um movimento de invenção, onde o jogador constrói coisas no seu jogo. Além disso, o próprio SNG oferece subsídios para apropriações sociais (Lemos, 2001) quando permite esta liberdade de criação aos seus usuários, que acabam por desenvolver novos significados a ações ou elementos no e do jogo, ultrapassando o seu sentido original no SNG. Estas ações criativas e apropriativas desenvolvidas nestes jogos, parecem apontar possíveis gostos e novas definições produzidas pelos seus próprios usuários.

Assim, busca-se compreender que lugares são estes nos SNG que permitem tais manifestações capazes de

implicar na manifestação e até mesmo no julgamento da identidade do jogador de SNG. Para isso, parte-se de uma discussão dos sentidos da apropriação e sua ligação com a identidade para, posteriormente, realizar a entrada a campo. Este percurso metodológico desenvolveu-se por meio de uma observação participante pelo período de dois anos em diversos *social network games* do Facebook.

A apropriação social e a identidade

Apropriar-se de algo remete a um sentido de tomar algo para si, de tomar posse (seja simbolicamente) deste algo. No entanto, a apropriação tem o seu significado muito além desta mera ação. Marx e Engels (1984, p. 105) afirmaram que a apropriação também está associada ao “fazer e usar instrumentos”, apontando para novas formas de perceber e/ou de utilizar algum objeto, diferentes do pensamento funcional que estes foram criados originalmente. Ela também pode ter o seu significado coligado ao tornar adequada determinada coisa (Smolka, 2000, p. 32), pois ao apropriar-se de algo, o sujeito pode estar buscando uma nova funcionalidade associada diretamente às suas necessidades (ainda que esta ação não seja pertinente para o outro).

Percebe-se, então, que a apropriação tem o seu sentido ligado a três maneiras de percepção: tomar posse; modos de fazer e utilizar instrumentos; e o tornar adequado o uso de determinado utensílio para benefício próprio. Todas estas questões parecem envolver ações sociais, pois caracterizam indivíduos e a forma significativa e simbólica que dão às coisas que os rodeiam. Portanto, a apropriação pode ser percebida como sendo uma prática social inscrita no cotidiano

social, pois atua na construção e incorporação de novos significados e funcionalidades a elementos, ainda que estes sentidos sejam para usos particulares ou na menção de se tornarem propriedade do sujeito.

Do nosso ponto de vista, a apropriação está relacionada a diferentes modos de participação nas práticas sociais, diferentes possibilidades de produção de sentido. Pode acontecer independentemente do julgamento de uma pessoa autorizada que irá atribuir um certo valor a um certo processo, qualificando-o como apropriado, adequado, pertinente, ou não. Portanto, entre o ‘próprio’ (seu mesmo) e o ‘pertinente’ (adequado ao outro) parece haver uma tensão que faz da apropriação uma categoria essencialmente relacional (Smolka, 2000, p. 33).

Ambas ações – tornar seu e moldar os usos do objeto – implicam em possíveis campos de manifestação da identidade do sujeito, pois este indivíduo aplica ao objeto apropriado suas experiências e gostos particulares, ou seja, tem-se particularidades deste indivíduo visualizadas na forma como lida com as coisas.

A experiência particular do sujeito com os objetos ocorre por meio de suas lembranças significativas que foram anteriormente interiorizadas e que podem indicar traços de sua personalidade. Com isso, por mais que um objeto tenha um sentido coletivo de formas de uso, o sujeito em si carrega estas experiências particulares e identificatórias que são capazes de agregar subjetivos e novos (ou não esperados ou imprevistos) sentidos para este objeto que serão significativos para ele, de

acordo com sua trajetória devida.

Berger e Luckmann (1985, p. 228) afirmam que “a identidade é formada por processos sociais”, ou seja, a forma com que os sujeitos compreendem a realidade e a forma com que a ressignificam no seu cotidiano, impacta em sentidos simbólicos fundamentais para a compreensão identitária dos indivíduos em seus grupos de pertença. Estes autores (1985, p. 177) consideram a realidade como algo subjetivo, pois envolve a dialética entre a forma como nos percebemos (autoidentidade) e a forma como queremos ser percebidos, com a identificação que recebemos pelos outros.

Ambas podem ser compreendidas como sendo modos apropriados, pois partem da reflexão de um conjunto de significações sociais moldadas por nós e pelos outros com o objetivo de significar o que desejamos (no caso, nos significar). Porém, nem sempre a apropriação social visa a transformação de funcionalidade ou de sentido de um objeto para o bem-estar social ou próprio. Por vezes, ela foca sentidos desviantes, ou seja, implicam no transgredir regras (Lemos, 2001, p. 48), caracterizando sujeitos anticonvencionais (Becker apud Lemos, 2001).

Ao analisar a apropriação, André Lemos (2001) diz que ela atua como uma forma de socialidade, pois a sua execução está relacionada ao sentido que produz ao sujeito em si, que passa a perceber os outros e a comunicar-se com eles por meio destas concepções. Percebe-se que ainda que a apropriação provenha de particularidades de cada sujeito, ela tem o seu reconhecimento coletivo, podendo ser incorporada pelos outros que passam a compreendê-la também por esta outra percepção. Então, a apropriação é aprendida e compartilhada coletivamente, modificando o uso original das coisas, indicando, assim, uma via que não

é unidirecional, mas sim, que parte de um diálogo no espaço social entre os vários atores sociais e suas formas de sabedoria, de discursos, ideologias e sentidos que atribuem a novas práticas no ambiente.

Lemos ainda diz que a apropriação possui duas acepções: uma dimensão técnica que é relacionada à habilidade do sujeito com relação ao objeto; e outra dimensão simbólica relacionada aos sentidos atribuídos ao objeto, sendo subjetivo e imaginário (Lemos, 2001, p. 49). O sujeito deve conhecer o objeto (ou ter certa familiaridade com ele) para, ao mesmo tempo, produzir sentidos a ele. Desse modo, a sociedade apropria-se de ferramentas que ela mesma produz, ressignificando-as constantemente. Um exemplo desta apropriação dá-se com o surgimento das tecnologias da informação e da comunicação que, quando apropriadas pela sociedade e suas formas culturais, originaram a Cibercultura (Lemos, 2001, p. 49).

Proporcionando novos ambientes para as interações sociais ausentes da necessidade da presença física dos sujeitos, a Cibercultura trouxe novas significações para diversas ações sociais (como o entretenimento) que passaram a ser incorporadas ao cotidiano social. No entanto, com a velocidade de transformações e de difusão de informações, o desenvolvimento e a incorporação de novas significações foram rapidamente popularizadas e aderidas pela sociedade. O cotidiano foi e é reinventado por meio de associações culturais e experienciais do sujeito, criando novas funcionalidades às coisas, graças à introdução destas formas sociais desenvolvidas em novos espaços virtuais.

Nestes ambientes, interações são desenvolvidas não apenas com sujeitos conectados geograficamente

dispersos, como com os elementos que compõem o espaço virtual em que se situam. Isso estimula a prova de novas sensações e experiências, pois grande parte dos universos virtuais implicam em certa liberdade de atuação do sujeito. Esta atuação caracteriza-se não apenas pela capacidade de personalização, como também pelas ações apropriativas do lugar virtual e de seus elementos compositivos. Entre estes ambientes estão os *social network games* (SNG).

Metodologia

Buscando encontrar pistas que apontassem possíveis manifestações de apropriações sociais desenvolvidas por jogadores de SNG em seus jogos e que indicassem traços identitários, realizou-se uma observação participante pelo período de dois anos (de junho de 2010 até junho de 2012) em diversos SNG do *Facebook* (como o *CityVille*, *FarmVille*, *The Sims Social*, *SimCity Social*, *Texas HoldEm Poker*, *Angry Birds*, *Bubble Safari*, *Mafia Wars*⁴, etc.)⁵. Para este tipo de observação foi necessário que a pesquisadora se tornasse uma integrante dos jogos, participando e interagindo com os outros jogadores. Toda a semana (em média de duas vezes por semana) buscava-se entrar nestes games a fim de coletar dados de possíveis formas de manifestação e/ou construções identitárias visualizadas por meio de apropriações desenvolvidas pelos *social gamers*.

Imagens, formas de interações manifestadas nas atualizações do *Facebook* e até mesmo em outros lugares virtuais foram coletadas com a intenção de adquirir-se um banco de dados significativos para posterior desenvolvimento de reflexões sobre os modos sociais e apropriativos destes jogos.

Lugares de apropriação e a identidade em *social network games*

O universo do jogo é disposto de interpretações (sejam de personagens ou de situações) e necessita de escolhas e de estratégias de cada ator participante. Prensky (2001) fala desta representação focando os papéis desempenhados pelo jogador como sendo uma forma de aprendizado, pois constitui a criação de histórias, de contextos e elaboração de ligações entre as experiências vivenciadas pelo jogador e os outros participantes (ainda que estas experiências sejam coordenadas pelo game). Esta representação no jogo pode ser compreendida ainda como um lugar de troca de experiências onde os jogadores têm a possibilidade de apresentarem e desenvolverem suas competências culturais (como a língua e costumes) e individuais (como comportamentos e desejos). Por este motivo, é possível percebermos que estas competências poderão estimular formas de apropriação (tanto do avatar, quanto do ambiente), capazes de indicarem a manifestação identitária.

Ao construir-se ou construir o seu território no jogo, o *gamer* parece realizar um movimento de reflexão sobre si e sobre os seus gostos. Significa que há um pensar sobre “como eu sou”, “como eu me descreveria”, “como quero que os outros me vejam” ou, ainda, “como eu gostaria de ser”. Todas estes pensamentos implicam no pensar sobre seu “sentido de *self*” (Taylor, 2005), ainda que o que está sendo construído e manifestado não seja desenvolvido de forma consciente (ou seja, relacionado com o que realmente pensamos ou sabemos sobre nós).

Como se sabe, nem todos os SNG possuem as

mesmas qualidades de intervenção do jogador no ambiente. Assim, de acordo com o jogo e as suas regras, determinados SNG irão favorecer a ação de jogadores para certos tipos de ações apropriativas, enquanto que outros não estimulam tais atos por não focarem seus objetivos em questões como a decoração e a personalização. Assim, torna-se complicado enquadrar os SNG dentro de classes específicas, principalmente pela sua amplitude de características e diversidade de formatos. Entretanto, a partir de reflexões oriundas das observações, classificou-se estes jogos em duas grandes modalidades associadas à capacidade de apropriação e ação do jogador nos SNG. Levou-se em consideração as três maneiras de percepção associadas à apropriação, ou seja, o tomar posse; os modos de fazer e utilizar instrumentos; e o tornar adequado o uso de determinado utensílio para benefício próprio. As categorias estão diretamente ligadas às possibilidades de manifestações identitárias do sujeito nestes aplicativos. Elas são: SNG de Construção de Mundos e SNG de Participação de Mundos.

Nos SNG de Construção de Mundos (SNG de CM) a capacidade de apropriação do ambiente é grande, o que permite ao jogador expressar sua identidade por meio da personalização do ambiente (ou do avatar), da construção de territórios, da compra e visualização de bens simbólicos, etc. Este tipo de jogo oferece uma série de subsídios que permitem com que o jogador possa interagir, criando, moldando e caracterizando o ambiente como preferir. Nestes SNG o perfil do sujeito enquadra-se naquele “explorador” ou ainda no “empreendedor” (Bartle, 1996), pois o

jogo foca nas ações de conhecer o ambiente, de ter o seu território e investir nele. Eles parecem priorizar a dinâmica da colaboração entre jogadores do que a competição (apesar dela também existir), pois os jogadores visitam seus “vizinhos”, reconhecendo o jogo do outro e atuando como um colaborador. Nesse grupo enquadram-se jogos como o *CityVille*, *FarmVille*, *The Sims Social*, *SimCity Social*, etc.

Já os SNG de Participação em Mundos (SNG de PM) não focam nesta construção visual do ambiente, mas sim na participação do jogador enquanto integrante do universo do game. Significa que o mundo do SNG está pronto e o jogador vai agir com objetivos centrados em passar fases, vencer inimigos ou tarefas que lhes são colocadas. Ele não busca ficar interagindo com o lugar virtual no sentido de tomar posse ou apropriar-se do espaço, o que significa que a visualização de apropriações nestes games fica mais difícil e/ou limitada do que nos SNG de CM. Esta capacidade apropriativa é em geral baixa, apontando para um perfil de usuário diferente do SNG de CM, ou seja, o sujeito é um “*Killer*” (Bartle, 1996), é uma pessoa que, para vencer, necessita que os outros jogadores sejam derrotados. Percebe-se uma ênfase para a competição entre os jogadores. Entre eles, temos: *Texas HoldEm Poker*, *Angry Birds*, *Bubble Safari*, *Mafia Wars*, etc.

A partir desta classificação, foi possível analisar os SNG do *Facebook* de uma forma diferenciada, pois quando se busca compreender as maneiras de usos e apropriações, os SNG de CM parecem oferecer maiores possibilidades inventivas do que os SNG de PM. No entanto, em ambas as categorias, existem certas

ferramentas que estimulam a personalização do jogo, permitindo, assim, a visualização de lugares referentes ao jogo, passíveis de manifestações apropriativas. Ainda que analisados dentro de suas categorias, foi possível coletar dados da observação participante que indicassem o desenvolvimento de ressignificações de elementos do jogo. Estes significados inesperados atuam tanto no simples manuseio com objetos, como também nas manifestações interativas do jogador com o game ou com outros usuários. São então, formas de apropriação, onde o usuário toma posse de artefatos, ressignifica-os e confere um novo uso para os componentes do game de acordo com as suas necessidades.

Com isso, verificou-se a presença de quatro tipos de Lugares de Apropriação nos SNG onde os jogadores podem atuar, modificando e personalizando o seu jogo. Significa que existem lugares caracterizados como sendo espaços capazes de oferecerem movimentos com certa **liberdade para as manifestações inventivas (e culturais) dos jogadores**, não sendo puramente restritos a normas do sistema. Estes Lugares de Apropriação do SNG parecem estar centrados em quatro “espaços”: (1) o “eu virtual”, (2) as “interações sociais”, (3) os “bens virtuais” e (4) o “território virtual”.

(1) O “**eu virtual**” vai se caracterizar por ser representado por meio do **avatar, nick e/ou perfil que é construído pelo usuário no jogo**. Este “eu” terá uma identidade característica que, ao mesmo tempo em que busca se diferenciar dos outros por meio de itens (como roupa, sexo, cor do cabelo, nome), segue certo padrão estipulado pelo jogo (como a temática, as possibilidades



Figura 1: Lugar de apropriação nos SNG – exemplos do “eu virtual” (*Angry Birds, The Sims Social, FarmVille e Mafia Wars*).
FONTE: imagens coletadas da observação participante

de customização). Com ele se tem a chance de poder **agir, de poder “criar” o seu self no game.**

Percebe-se que o “eu virtual” pode caracterizar ainda uma identidade processual (Hall, 2000), pois ela pode ser modificada ao longo do jogo (conforme festas culturais, fases em que o sujeito se encontra, a liberação de novos itens, etc.). Esta identidade com múltiplas facetas e em constante construção (identificação) (Hall, 2000) torna-se visível quando observamos a constituição (e a evolução) tanto do *gamer* em um SNG quanto na multiplicidade de SNG que ele utiliza (o que pode indicar múltiplos “eus virtuais” divididos em diversos SNG). Ao mesmo tempo em que ele se reconstrói enquanto sujeito (com características ao seu avatar), ele molda sua identidade (ainda que uma representação) de acordo com a temática do jogo. Significa que ele pode experimentar outros “eus” nem sempre condizem com características do seu *self*, mas que podem ser indícios de traços identitários visualizados por meio destas apropriações.

As (2) “interações sociais” parecem ser configuradoras de novos hábitos (Mata, 2001), o que significa que não há como saber exatamente o que o jogador vai fazer ou deixar de fazer em um determinado SNG ou em consequência dele. Significa que além das interações premeditadas e esperadas pelo jogo, o *gamer* pode desenvolver formas criativas de interações, caracterizando apropriações originadas pelo jogo. Por exemplo, jogadores que criam grupos virtuais (dentro e fora do *Facebook*) para trocar informações sobre o jogo; que criam camisetas com mensagens referentes ao game (na esperança de



Figura 2: Exemplo de um lugar de interações sociais baseadas no jogo *FarmVille* – usuário veste uma camiseta, fazendo com que as interações em torno do *game* ultrapassem o ambiente do SNG e grupo formado no *Facebook* relacionado ao jogo *Bubble Safari*.

FONTE: <<http://goo.gl/bPXGe>> e imagem obtida da observação participante.

serem identificados); ou ainda pessoas que mandam mensagens personalizadas para seus amigos da rede social do site solicitando ajuda no seu jogo.

(3) Os “bens virtuais” indicam escolhas e *personalizam o jogador e o seu jogo*. Estes bens virtuais parecem apontar para sentidos de propriedade e ainda para valores estéticos e sociais, pois além de sofrerem ações dos valores preconizados pelos grupos de jogadores e pelo próprio jogo (como bens raros, bens que fornecem bastante dinheiro), eles estão ali, prontos para serem selecionados ou escolhidos pelo jogador para comporem o seu *game*. Por exemplo, ainda que o *FarmVille* ofereça uma quantidade limitada de cães de raça para ter na propriedade, o jogador vai selecionar o que prefere. Estes bens vão apontar apropriações, escolhas de *mercadorias virtuais* oferecidas pelo *game*. Do mesmo modo, apontam escolhas e gostos, indicando facetas de sua identidade.

Ainda com relação aos bens virtuais, observa-se a presença do ato de colecionar bens virtuais (Rebs, 2012), indicando um tipo específico de consumo⁷ que parte de um processo seletivo onde o sujeito busca adquirir objetos não com o intuito de utilizá-los a partir de sua função primordial (a qual foi criado originalmente), mas parte de uma apropriação que qualifica o bem adquirido como um “não igual” aos demais (Belk, 1995, p. 67). Isso confere valorização ao item e lhe atribui um significado específico, associando-o a um grupo temático, ou seja, a uma coleção (Silva, 2010, p. 158).

Belk (1988) afirma que “nossas posses são um dos principais contribuintes para a reflexão de nossas identidades⁸”, o que implica em compreender o



Figura 3: Bens virtuais – cachorros oferecidos pelo *FarmVille* e outros bens oferecidos pelo *CityVille* e *SimCity Social*.
FONTE: <<http://goo.gl/kPCWh>> e imagem obtida da observação participante.

consumo como um dos possíveis caminhos para auxiliar na descoberta de questões identitárias (pessoas competitivas, determinadas, etc. ou ainda gostos pessoais). Assim, a identidade é reconhecida além da posição ou *status* que ocupamos nas instituições como família, emprego ou ainda nacionalidade ou religião. Ela parece materializar-se na escolha de bens de consumo, indicando particularidades dos sujeitos a partir de suas formas apropriativas de lidar com os bens virtuais.

(4) O “território virtual” se caracteriza por ser um lugar virtual que é apropriado, ou seja, um lugar portador de uma identidade, de uma historicidade particular e de tipos de interações características

que é tornado posse de um determinado sujeito no ciberespaço. Compreendendo que o espaço é híbrido, infinito, ilimitado e algo conceitual, o entendimento de lugar surge da organização deste espaço em parcelas pelos atores sociais (Foucault, 1988). Com a limitação do espaço que passa a constituir uma identidade, uma historicidade particular capaz de determinar os tipos de interações que serão desenvolvidas, tem-se o lugar (Santos, 1997; Augé, 2007). Quando estes lugares são apropriados (sentimentos de posse e pertença) pelos sujeitos que nele interagem, nós temos os territórios (Haesbaert, 2007). Quando estes simbolismos são transferidos para o universo virtual, temos o espaço, o lugar e o território virtual (Rebs, 2010).

Estas três dimensões (espaço, lugar e território) são indissociáveis, ou seja, caminham juntas e dependem diretamente do sentido com que os sujeitos atribuem a um determinado ambiente. Nos SNG o território é visto por meio da propriedade (restaurante, cidade, casa, ilha) que cada usuário possui e constrói. Nestas propriedades, os jogadores têm a liberdade de distribuir os itens que compram e decorá-la da maneira que querem. Por exemplo, no *The Sims Social* o jogador recebe uma casa. Inicialmente, ela é apenas um lugar que ao longo do tempo sofrerá apropriações desenvolvidas por meio de suas escolhas. Assim, cria-se identidade para este lugar, tornando-o ligar na “minha” casa. Com o tempo, desenvolve modificações neste lugar, gerando uma historicidade de ações que cada vez mais parecem caracterizá-lo como sendo “minha”. Por fim, as interações ali desenvolvidas terão um sentido (ainda que limitados pelo jogo) que permitem com que **o jogador possa mudar, agir e interagir com e no ambiente** do território, tornando-o único.

Outras apropriações também são visíveis nestes jogos. Há uma prática bastante comum na utilização de bens virtuais no território de modo que eles fiquem dispostos na propriedade, constituindo uma mensagem. A utilização de “fenos virtuais”, por exemplo, já foi uma prática utilizada no *FarmVille*, onde jogadores construam imagens significativas (e capazes de gerar identidade) em seus territórios. Também é possível verificar usos variados na disposição destes itens, que parecem indicar possíveis características da identidade de seus jogadores (como disposições simétricas, cores predominantes ou ainda propriedades que enfatizam determinada festa cultural – como festas natalinas,



Figura 4: Exemplo de usos e apropriações de itens no SNG *Farmville* – coleção de animais e placas e fazenda decorada com a temática de “vaca”. Imagens captadas do Google Imagens.

FONTE: <<http://goo.gl/TPthd>>

páscoa, dia dos namorados, etc.).

Assim, conforme abordado por Lemos (2001, pp. 49-50), para realizar estas modificações no território virtual é necessário ter certa destreza no manuseio e disposição dos itens que vão compor figuras indicadoras de possíveis traços identitários. Ao mesmo tempo, tem-se a dimensão simbólica associada justamente à suposição do que os outros irão julgar ao ver tais disposições. Ainda que o lugar virtual já seja dotado de certa identidade, o território firma esta característica ainda mais pela presença do sentimento de posse e pertencimento, pois há um sujeito que ali se identifica e associa o ambiente como

seu. São justamente estes territórios virtuais nos SNG que parecem apontar para formas de apropriação indicadoras de identidades dos jogadores.

Considerações finais

Neste trabalho buscou-se compreender os possíveis Lugares de Apropriação dos SNG, ou seja, os lugares que o jogo oferece e que permitem com que o sujeito aja de maneira criativa, demonstrando possíveis facetas identitárias. Para isso, realizou-se uma observação participante pelo período de dois anos em diversos SNG do *Facebook*.

A partir da observação quanto à capacidade de apropriação, chegou-se à divisão geral dos SNG em

dois grandes grupos: os SNG de Construção de Mundos e os SNG de Participação em Mundos. Observou-se que os SNG de CM oferecem maiores possibilidades inventivas a apropriativas aos sujeitos justamente por permitirem maior liberdade ao jogador para lidar com os elementos do jogo. No entanto, mesmo os SNG de PM, podem despertar formas de apropriação social visando um capital comum a todos os jogadores, como a formação de comunidades/grupos que giram em torno de dicas de como evoluir ou passar das fases disponibilizadas pelo jogo.

Verificou-se, assim, que parecem existir quatro Lugares de Apropriação capazes de apontar traços



Figura 5: Exemplo de território virtual no jogo *FarmVille* (bandeira do país e ícones de jogos formados com feno), no *CityVille* (praça construída de modo que indicasse o site do sujeito) e no *The Sims Social* (casa decorada com tema natalino).

FONTE: <<http://goo.gl/qcBZT>>, <<http://goo.gl/zsQfT>> e <<http://goo.gl/bE08w>>

da identidade dos jogadores de SNG: o “eu virtual”; as “interações virtuais”; os “bens virtuais” e o “território virtual”. Nestes lugares, o sujeito parece agir não apenas conforme as regras do jogo, mas também parece adaptar elementos, descobrir novos modos de uso a fim de moldar, personalizar e/ou melhorar a sua performance no game. Percebeu-se também a importância de se compreender estas formas de apropriação nos SNG, tanto para entender as ações e tendências que jogadores tomam nestes jogos (o que parece indicar um importante ponto para o destino de produção e de mercado dos SNG), como para visualizar manifestações identitárias do sujeito da atualidade.

Referências

AUGÉ, Marc. **Não-lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade**. Campinas: Papirus, 2007.

BARTLE, Richard. Hearts, clubs, diamonds, spades: players who suit MUDs. In: **Journal of MUD research 1(1)**. 1996. Disponível em: <<http://www.mud.co.uk/richardhcds.htm>>. Acesso em: 22 jul. 2012.

BELK, Russel. Possessions and the extended Self. **Journal of Consumer Research**, 15, pp. 139-168, 1988.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1985.

FOUCAULT, Michel. Technologies of the self. In: HUTTON, P. H.; GUTMAN, H.; MARTIN, L.H. **Technologies of the**

Self: a seminar with Michel Foucault. Anherst: The University of Massachusetts Press, 1988. pp. 16-49. Disponível em: <<http://goo.gl/8UKZQ>>. Acesso em: 21 dez. 2011.

FRAGOSO, Suely. Conectibilidade e geografia em sites de rede social: um olhar sobre as relações entre território e identidade e a permeabilidade online/offline a partir do Orkut. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 16, pp. 109-121, dez 2008b. Disponível em: <<http://goo.gl/An7Pa>>. Acesso em: 15 fev. 2009.

GUDORF, Christine. Corpo, Self e identidade sexual: reflexões baseadas nas evidências atuais. **Revista de Estudos da Religião**. São Paulo, n.3, pp. 118-155, 2005. Disponível em: <http://www.pucsp.br/rever/rv3_2005/p_gudorf.pdf>. Acesso em: 26 out. 2011.

HAESBAERT. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

HUIZINGA, Johann. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

LEMOS, André. Apropriação, desvio e despesa na cibercultura. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n. 15, agosto 2001. Disponível em: <<http://goo.gl/SxV06>>. Acesso em 14 mai. 2011.

MATA, Maria Cristina. Interrogaciones sobre el

público. In: LOPES, Maria Immacolata; FUENTES, Raúl. **Comunicación, campo y objeto de estudio**. México: ITESO/Universidad Autónoma de Aguascalientes/Universidad de Colima/Universidad de Guadalajara, 2001.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Hucitec, 1984.

PRENSKY, Marc. **Digital game-based learning**. New York: McGraw-Hill, 2001. Disponível em: <<http://goo.gl/Ls0Mr>>. Acesso em: 18 ago. 2011.

RAO, Valentina. **Facebook applications and playful mood: the construction of Facebook as a “Third Place”**. Artigo apresentado na MindTrek’08, Tampere (Finland), out. 2008.

REBS, Rebeca. **O lugar no espaço virtual: um estudo etnográfico sobre as recriações de territórios do mundo concreto no Second Life**. 2010. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Unisinos, São Leopoldo, 2010.

REBS, Rebeca. Colecionando fragmentos de identidade: perspectivas do colecionismo virtual em Social Network Games. **Revista Contemporanea**. Rio de Janeiro, ed. 19, 2012. Disponível em: <<http://goo.gl/v4JHJ>>. Acesso em 28 jul. 2012.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. São Paulo: Hucitec, 1997.

SMOLKA, Ana Luiza. O (im)próprio e o (im)pertinente. **Cadernos Cedex**, ano XX, n. 50, abr 2000. Disponível em: <<http://goo.gl/ykDNI>>. Acesso em: 12 mai. 2012.

SMART PACK. **SAMPLE: social gaming**. Econsultancy Digital Marketers United, 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/Y4fqr>>. Acesso em 12 set. 2011.

SILVA, Carlos. **Colecionar**: do ideal temático às poses que lhe dão tangibilidade e concretude ao estender o eu (Self) do colecionador. 2010. Tese – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, FGV, Rio de Janeiro, 2010.

TAUSEND, Ulrich. **Casual games and gender**. 2006. Disponível em: <<http://goo.gl/NmoZX>>. Acesso em: 01 mai. 2010.

TAYLOR, Charles. **As fontes do Self**: a construção da identidade moderna. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

Notas

1. Professora da ESPM Sul. Mestre em Ciências da Comunicação (Unisinos). E-mail: rebecarecuero@gmail.com

2. Por jogos, compreende-se como sendo “uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da vida quotidiana” (Huizinga, 2000, p. 33).

3. *Casual Games* ou “jogos casuais” se caracterizam sua baixa complexidade e pequena necessidade de investimento de tempo dos usuários no aprendizado no jogo.

4. Respectivamente: <<http://apps.facebook.com/cityville/>>, <<http://apps.facebook.com/farmville/>>, <<http://apps.facebook.com/>>, <<http://apps.facebook.com/thesimssocial/>>, <<http://apps.facebook.com/simcitysocial/>>, <http://apps.facebook.com/texas_holdem/>, <<http://apps.facebook.com/angrybirds/>>, <<http://apps.facebook.com/bubblesafari/>> e <<http://apps.facebook.com/inthefafia/>>.

5. Alguns dos SNG foram sendo integrados à observação conforme a sua existência, de acordo com a aceitação e o número de usuários que participavam do *game*.

6. De acordo com Gudorf (2005, p. 119) “o *self* é algo relativo à pessoa como um todo: identidade pessoal e autoconsciência estão implicadas na noção do *self*. Portanto, não se trata do corpo, nem da mente, nem do espírito, mas da consciência encarnada de uma pessoa individual”.

7. O consumo é referido aqui como sendo uma prática de gastos em mercadorias que podem suprir não apenas necessidades físicas, mas também suprirem apenas necessidades simbólicas, despertando prazeres e caracterizando uma sociedade capitalista.

8. Tradução livre da autora para “*Our possessions are a major contributor to and reflection of our identities*”.