



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E  
CULTURA CONTEMPORÂNEAS**

# **Cultura de Produção de Jogos Digitais:**

narrativas, formas amalgamadas e pluriversos  
transmidiáticos na indústria contemporânea de  
videogames

**FABRÍCIO BARBOSA CASSIANO**

2020

Salvador - Bahia

FABRÍCIO BARBOSA CASSIANO

# Cultura de Produção de Jogos Digitais:

narrativas, formas amalgamadas e pluriversos  
transmidiáticos na indústria contemporânea de  
videogames

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PósCom) da Faculdade de Comunicação (Facom) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas.

Linha de Pesquisa: Comunicação e Cultura Digital

Orientador: Professor Doutor Edson Fernando Dalmonte  
(PósCom UFBA)

2020

Salvador – Bahia

Dados internacionais de catalogação-na-publicação  
(SIBI/UFBA/Biblioteca Universitária Reitor Macedo Costa)

Cassiano, Fabrício Barbosa.

Cultura de produção de jogos digitais: narrativas, formas amalgamadas e pluriversos transmidiáticos na indústria contemporânea de videogames / Fabrício Barbosa Cassiano. - 2020.  
240 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Edson Fernando Dalmonte.

Tese (doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2020.

1. Comunicação de massa e cultura. 2. Análise do discurso narrativo. 3. Narrativas digitais. 4. Arte de contar histórias. 5. Jogos eletrônicos. 6. Jogos eletrônicos - Indústria. 7. Jogos eletrônicos - Avaliação. 8. Jogos eletrônicos - Aspectos econômicos. 9. Hearthstone (Jogo on-line). 10. World of Warcraft (Jogo on-line). I. Dalmonte, Edson Fernando. II. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação. III. Título.

CDD - 302.234

CDU - 659.3:316.774



Universidade Federal da Bahia

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA  
CONTEMPORÂNEA (POSCOM)**

ATA Nº 1

Ata da sessão pública do Colegiado do PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEA (POSCOM), realizada em 04/09/2020 para procedimento de defesa da Tese de DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS no. 1, linha de pesquisa Comunicação e Cultura Digital - Comunicação e Cultura Contemporâneas, do candidato FABRICIO BARBOSA CASSIANO, matrícula 216121189, intitulada Cultura de Produção de Jogos Digitais: narrativas, formas amalgamadas e pluriversos transmidiáticos na indústria contemporânea de videogames.. Às 09:00 do citado dia, Defesa on-line (videoconferência), foi aberta a sessão pelo presidente da banca examinadora Prof. Dr. EDSON FERNANDO DALMONTE que apresentou os outros membros da banca: Prof<sup>ª</sup>. Dra. JULIANA FREIRE GUTMANN, Prof<sup>ª</sup>. Dra. MARIA CARMEN JACOB DE SOUZA, Prof<sup>ª</sup>. Dra. LYNN ROSALINA GAMA ALVES e Prof<sup>ª</sup>. Dra. MARIA ADÉLIA MENEGAZZO. Em seguida foram esclarecidos os procedimentos pelo presidente que passou a palavra ao examinado para apresentação do trabalho de Doutorado. Ao final da apresentação, passou-se à arguição por parte da banca, a qual, em seguida, reuniu-se para a elaboração do parecer. No seu retorno, foi lido o parecer final a respeito do trabalho apresentado pelo candidato, tendo a banca examinadora aprovado o trabalho apresentado, sendo esta aprovação um requisito parcial para a obtenção do grau de Doutor. Em seguida, nada mais havendo a tratar, foi encerrada a sessão pelo presidente da banca, tendo sido, logo a seguir, lavrada a presente ata, abaixo assinada por todos os membros da banca.

**Maria Adélia  
Menegazzo**

Assinado de forma digital por  
Maria Adélia Menegazzo  
Dados: 2020.09.15 15:20:18  
-04'00'

**Dra. MARIA ADÉLIA MENEGAZZO, UFMS**

Examinador Externo à Instituição

Lynn Rosalina Gama Alves

Assinado de forma digital por Lynn Rosalina Gama Alves  
Dados: 2020.09.16 10:55:41 -03'00'

**Dra. LYNN ROSALINA GAMA ALVES, UFBA**

Examinador Externo ao Programa

**Juliana Freire Gutmann**

Assinado de forma digital por Juliana  
Freire Gutmann  
Dados: 2020.09.18 07:14:41 -03'00'

**Dra. JULIANA FREIRE GUTMANN, UFBA**

Examinador Interno

**Maria Carmen Jacob  
de Souza**

Assinado de forma digital por  
Maria Carmen Jacob de Souza  
Dados: 2020.09.18 07:29:29 -03'00'

**Dra. MARIA CARMEN JACOB DE SOUZA, UFBA**

Examinador Interno

**Edson F. D'Almonte**

Assinado de forma digital por  
Edson F. D'Almonte  
Dados: 2020.09.18 09:13:38 -03'00'

**Dr. EDSON FERNANDO DALMONTE, UFBA**

Presidente

## AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Silvaneide, que sempre acreditou nos meus projetos e moveu montanhas para que eu tivesse condições de realizá-los.

À minha família, que sempre me apoiou incondicionalmente, em especial: Mateus, Silvino, Josefina, José Célio, Silvan e Suzimara.

A João Paulo, irmão de alma que me acolheu de coração aberto em território baiano e foi o meu suporte de todas as horas ao longo dessa caminhada, boas ou ruins.

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, da Universidade Federal da Bahia, seu corpo docente, representação discente e funcionários, por oportunizar o desenvolvimento deste estudo; e à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb) e à CAPES pelo apoio em diferentes etapas da pesquisa.

Ao professor Edson Dalmonte, não apenas pela orientação, mas também pela parceria ao longo desse trajeto e por me mostrar que a carreira acadêmica pode sim ser trilhada com muita sensibilidade e afeto.

Aos colegas do Grupo de Pesquisa Analítica, em especial: Caio Cardoso, Pedro Souza, Júnia Ortiz e Enoe Lopes, por todas as contribuições e trocas realizadas durante essa caminhada que fizemos lado a lado nos últimos anos.

Agradeço, especialmente, à professora Maria Carmem Jacob, pelo acolhimento, incentivo e pelas contribuições fundamentais oferecidas em diferentes etapas desta pesquisa; e ao professor André Lemos, pelas provocações acadêmicas bastante oportunas e por indicar possibilidades teóricas que se mostraram fundamentais para a consolidação do meu trabalho final.

A meus amigos que, mesmo distantes, se fizeram presentes de diferentes formas, oferecendo o apoio, o consolo e o encorajamento, sempre que necessário: Patrícia Belarmino, Aline Campos, Anne Durey, Lara Passianoto, Sara Dias, Laís Toledo, Laura Toledo, Larissa Mozzato, Tainara Maldonado, Lauane Ferraz e Eduardo Alcântara.

Aos colegas que integram a equipe do site especializado em jogos digitais *Jogazera.com.br*, por oferecerem um espaço para que eu pudesse apresentar e discutir minhas ideias sobre a produção contemporânea de videogames e também por sempre me incentivarem e me acompanharem ao longo de toda essa caminhada. Agradeço, especialmente, a Luiz Contim, Renan Pessolano, Luccas Augusto, Mateus Alexandre e Matheus Sena.

A Alex Telles, pela generosidade e suporte oferecidos em um momento decisivo desse ciclo.

Aos colegas doutorandos que ingressaram comigo na turma de 2016; nossa jornada foi marcada por uma série de altos e baixos e situações bastante atípicas, mas vocês sempre se mostraram disponíveis para auxiliar uns aos outros e fazer com que esse período fosse produtivo e benéfico para todos nós, apesar das adversidades.

A todos aqueles que se dedicaram ao estudo dos jogos digitais no passado, por todas as contribuições e provocações fundamentais para a consolidação e o desenvolvimento desta pesquisa; e, também, a todos aqueles que ainda virão, futuramente, e se juntarão a nós nessa caminhada.

Muito obrigado.

INICIANDO JOGO, AGUARDE!

[...]

And when he shall die,  
Take him and cut him out in little stars,  
And he will make the face of heaven so fine  
That all the world will be in love with the night  
And pay no worship to the garish sun.

[...]

William Shakespeare, in *Romeo and Juliet*.



Esta pesquisa atendeu as diretrizes estabelecidas pela Resolução CNS no. 510 – de 07 de abril de 2016, registrada e avaliada pelo sistema CEP/CONEP. Após análise do projeto, o Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Psicologia da Universidade Federal da Bahia emitiu parecer com aprovação, tendo a pesquisa recebido o registro CAAE de número 99383018.5.0000.5686.

## RESUMO

BARBOSA C., Fabrício. **Cultura de Produção de Jogos Digitais**: narrativas, formas amalgamadas e pluriversos transmidiáticos na indústria contemporânea de videogames. 2020. 240f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2020.

O estudo aqui proposto busca compreender e elucidar questões relacionadas às práticas profissionais e criativas na indústria contemporânea dos jogos digitais a partir do conceito de cultura de produção. O objetivo é investigar os processos criativos e as práticas profissionais, dando ênfase à questão do *storytelling* em jogos digitais e ao desenvolvimento de uma narrativa e identidade audiovisual únicas, que emanam e estão diretamente relacionadas às especificidades do suporte em questão. Temos interesse, particularmente, pela constituição material das obras, considerando os diferentes compósitos que as integram e como eles se relacionam entre si, fazendo empréstimos de recursos e linguagens de outras mídias e associando-se num estágio avançado de interdependência e mútua cooperação, ao qual chamamos de *forma amalgamada*. Para a execução desta pesquisa, combinamos procedimentos metodológicos oriundos da crítica inferencial de Baxandall (2006), nos valendo de um paradigma problema *x* solução para traçar encargos e diretrizes por meio da observação da trajetória dos agentes criativos de nosso interesse; e da análise industrial-cultural integrada de Caldwell (2008), utilizando diferentes tipos de registros materiais das práticas criativas dos *designers* de jogos, além das obras e dos testemunhos dos próprios profissionais, de teor autoetnográfico, a fim de obtermos uma visão mais aprofundada e sistêmica daquilo que passamos a nos referir como *cultura de produção de jogos digitais*. Tal metodologia foi aplicada num estudo de caso da trajetória da empresa desenvolvedora de jogos digitais Blizzard Entertainment (1991-2020), oferecendo um registro historiográfico do período mencionado e destacando o conjunto de diretrizes que guiaram esse agente durante a criação dos jogos *World of Warcraft* e *Hearthstone*, especificamente. Tomando *Hearthstone* como caso exemplar, analisamos o projeto narrativo e transmidiático desenvolvido pela Blizzard ao longo das três expansões que compuseram o “*Ano do Dragão*” (abril de 2019 a abril de 2020), discutindo as implicações de se contar uma história continuada em um jogo digital e como os aspectos de *storytelling* puderam ser utilizados, de maneira deliberada, em prol do engajamento dos jogadores e da expansão dos elementos ficcionais de ambas as obras (*Hearthstone* e *World of Warcraft*), culminando na formação de grandes *pluriversos transmidiáticos*, que orbitam em torno de franquias estabelecidas de jogos digitais mas reverberam, também, em outras mídias, formatos e suportes.

**Palavras-chave:** cultura de produção; formas amalgamadas; jogos digitais; narrativas; pluriversos transmidiáticos.

## ABSTRACT

BARBOSA C., Fabrício. **Digital Game Production Culture: narratives, amalgamated forms and the transmedia pluriverses in the contemporary video game industry.** 2020. 240p. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2020.

This study seeks to understand and elucidate issues related to the professional and creative practices of the contemporary digital games industry from the concept of production culture. The objective is to investigate creative processes and professional practices, emphasizing the issue of storytelling in digital games and how they promote a unique narrative and aesthetics, which emanate and are directly related to the specificities of this support. We are particularly interested in the material constitution of video games, considering the different composites that integrate them and how they relate to each other, borrowing resources and languages from other media and associating themselves in an advanced stage of interdependence and mutual cooperation, which we call amalgamated forms. In order to accomplish this research, we combined methodological procedures derived from Baxandall's (2006) inferential criticism, using a problem vs. solution paradigm to trace incumbencies and guidelines by observing the trajectory of the creative agents of our interest; and Caldwell's (2008) integrated industrial-cultural analysis, using different types of material records of the creative practices of game designers, in addition to the works and testimonies from the professionals themselves, with an autoethnographic content, in order to obtain a more in-depth and systemic view of what we now refer to as the digital game production culture. This methodology was applied in a case study of the trajectory from the game developer company Blizzard Entertainment (1991-2020), offering a historiographic record of the mentioned period and highlighting the set of guidelines that led this agent during the creation of the *World of Warcraft* and *Hearthstone* games, specifically. Taking *Hearthstone* as an exemplary case, we analyzed the narrative and transmedia project developed by Blizzard over the three expansions that made up the "Year of the Dragon" (April 2019 to April 2020), discussing the implications of telling a continued story in a digital game and how the storytelling aspects could be used, deliberately, in favor of the players' engagement and the expansion of the fictional elements of both works (*Hearthstone* and *World of Warcraft*), culminating in the formation of great transmedia pluriverses, who orbit around established digital game franchises but also reverberate in other media, formats and supports.

**Keywords:** amalgamated forms; digital games; narratives; production culture; transmedia pluriverses.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Carta de missão lendária “ <i>Abertura do Pórtico</i> ” .....	18
<b>Figura 2:</b> Carta de missão lendária “ <i>Despertar os Criadores</i> ” .....	30
<b>Figura 3:</b> Carta de missão lendária “ <i>Destrancar a Caixa-Forte</i> ” .....	95
<b>Figura 4:</b> “ <i>Happiness</i> ”, obra de William Blake .....	101
<b>Figura 5:</b> Carta “ <i>Amálgama do Pesadelo</i> ” .....	108
<b>Figura 6:</b> Cartas utilizadas no deck “ <i>Ladino Tempo</i> ” .....	109
<b>Figura 7:</b> Cartas “ <i>Caranguejo Faminto</i> ” e “ <i>Pacto Sacrificial</i> ” .....	109
<b>Figura 8:</b> Carta “ <i>Múmia Inquieta</i> ” .....	112
<b>Figura 9:</b> Carta “ <i>Múmia Inquieta</i> ” em campo, com e sem o efeito “ <i>Renascer</i> ” ativo .....	114
<b>Figura 10:</b> Exemplos de laçaios diversos de custo 2 existentes em <i>Hearthstone</i> .....	119
<b>Figura 11:</b> Cartas utilizadas na partida do jogador Pavel Beltiukov, na final do Campeonato Mundial de <i>Hearthstone</i> do ano de 2016 .....	120
<b>Figura 12:</b> Peça de divulgação utilizada no lançamento de <i>Hearthstone</i> .....	125
<b>Figura 13:</b> Exemplo das diferentes mensagens que os jogadores podem enviar entre si durante uma partida de <i>Hearthstone</i> .....	127
<b>Figura 14:</b> Exemplo de um dos tabuleiros do jogo com seus itens clicáveis e interativos .....	128
<b>Figura 15:</b> Pacotes de cartas de cinco conjuntos diferentes de <i>Hearthstone</i> .....	129
<b>Figura 16:</b> Arte da catedral da cidade de Guilnéas, em <i>World of Warcraft</i> , e arte da “ <i>Cavaleira de Vidro</i> ”, em <i>Hearthstone</i> .....	131
<b>Figura 17:</b> Rascunho e arte final da personagem “ <i>Hagatha</i> ” .....	132
<b>Figura 18:</b> Cartas “ <i>Lorde Jaraxxus</i> ” e “ <i>Leeroy Jenkins</i> ” .....	136
<b>Figura 19:</b> Cartas “ <i>Rastejante Assombrado</i> ” e “ <i>Nanicos Vacilantes</i> ” .....	137
<b>Figura 20:</b> Carta “ <i>C’thun</i> ” e sua respectiva animação no tabuleiro de <i>Hearthstone</i> .....	140
<b>Figura 21:</b> Heróis e vilã do modo de jogo “ <i>Caça aos Monstros</i> ” (2018) .....	141
<b>Figura 22:</b> Representação gráfica da forma amalgamada de <i>Hearthstone</i> .....	144
<b>Figura 23:</b> Carta de missão lendária “ <i>Invasão no Sistema</i> ” .....	146
<b>Figura 24:</b> Carta “ <i>Dr. Cabum</i> ” .....	147

<b>Figura 25:</b> Mapa do mundo de “Azeroth”, em <i>World of Warcraft</i> .....	<b>180</b>
<b>Figura 26:</b> Mapas de “Dalaran” e “Uldum” .....	<b>182</b>
<b>Figura 27:</b> Personagens da “Liga do M.A.L.”, em <i>Hearthstone</i> .....	<b>185</b>
<b>Figura 28:</b> Personagens da “Liga dos Exploradores”, em <i>Hearthstone</i> .....	<b>186</b>
<b>Figura 29:</b> Interface de <i>Hearthstone</i> exibindo o menu de seleção do conteúdo <i>single-player</i> .....	<b>193</b>
<b>Figura 30:</b> Personagem “Madame Lazul” sobreposta à uma tela de carregamento de <i>Hearthstone</i> .....	<b>194</b>
<b>Figura 31:</b> Tabuleiro retratando a cidade de “Dalaran” e fazendo uso de elementos cênicos em campo .....	<b>195</b>
<b>Figura 32:</b> Animação de uma garra metálica utilizada na Aventura “O Despertar de Galakrond” (2019) .....	<b>196</b>
<b>Figura 33:</b> Cena do <i>trailer</i> da Aventura “Uma Noite em Karazhan” (2016) .....	<b>199</b>
<b>Figura 34:</b> Carta de missão lendária “Potencial Inexplorado” .....	<b>228</b>

# SUMÁRIO

## Introdução

Abertura do Pórtico .....	15
A ascensão dos jogos digitais na indústria do entretenimento .....	18
Apresentação do estudo .....	20
Sobre a definição do objeto e o papel do pesquisador-jogador .....	24
Missões lendárias: um guia de leitura da tese .....	27

## Capítulo I – Despertar os Criadores: Uma investigação da cultura de produção de videogames na contemporaneidade a partir da trajetória da Blizzard Entertainment

1. Pontos de partida para a definição de um conceito de cultura de produção de jogos digitais .....	31
1.1 A sociologia do esporte de Bourdieu aplicada aos jogos digitais .....	37
1.2 Encargos, diretrizes e as relações de <i>troc</i> manifestados por meio da intencionalidade dos criadores .....	40
1.3 Caldwell e os estudos sobre a cultura de produção .....	45
2. Diretrizes para a produção de jogos digitais na trajetória da Blizzard Entertainment .....	49
2.1 Os primeiros anos (1991-1994) .....	52
2.2 O nascimento de <i>Warcraft</i> (1994-1996) .....	57
2.3 A Blizzard se torna global (1996-2004) .....	60
2.4 A revolução de <i>World of Warcraft</i> (2004-2008) .....	66
2.5 O problema <i>Titan</i> e a formação do Team 5 (2008-2011) .....	68
2.6 O desenvolvimento de <i>Hearthstone</i> e a quebra das expectativas (2011-2014) .....	74
2.7 Aventuras, <i>power creep</i> e as turbulências pós- <i>Hearthstone</i> (2014-2018) .....	79
2.8 Caso Hong Kong, “Ano do Dragão” e o futuro de <i>Hearthstone</i> (2019-2020) .....	84
3. A trajetória da Blizzard resumida em quinze diretrizes: primeiros passos para o estudo da cultura de produção de jogos digitais .....	90

## Capítulo II – Destrancar a Caixa-Forte: compreendendo jogos digitais como formas amalgamadas a partir do *game design* de *Hearthstone*

1. Subindo escadas e resgatando donzelas: limites e possibilidades dos jogos digitais enquanto produtos midiáticos .....	96
2. Do embate “narrativa versus jogabilidade” à noção de formas compostas .....	99

2.1 Entendendo o conceito de forma composta .....	100
2.2 Vulnerabilidades do conceito de forma composta .....	103
3. Avançando a noção de formas compostas para a de formas amalgamadas .....	106
3.1 Mudanças na jogabilidade de <i>Hearthstone</i> com a inserção da “ <i>Amálgama do Pesadelo</i> ” .....	107
3.2 Dissecando a “ <i>Amálgama do Pesadelo</i> ”: uma metáfora para a produção de jogos digitais contemporânea .....	110
3.3 A noção de forma amalgamada em prática: uma análise da “ <i>Múmia Inquieta</i> ” .....	112
4. Analisando a forma amalgamada de <i>Hearthstone</i> : funcionalidade, identidade audiovisual e narrativa .....	116
4.1 A funcionalidade de <i>Hearthstone</i> .....	116
4.2 A identidade audiovisual de <i>Hearthstone</i> .....	124
4.3 A narrativa de <i>Hearthstone</i> .....	134
4.4 Uma representação gráfica da forma amalgamada de <i>Hearthstone</i> .....	143

### Capítulo III – Invasão no Sistema: modelo econômico, narrativas e a construção do pluriverso transmidiático da Blizzard Entertainment

1. Empréstimos, referências e outras lições ensinadas por um goblin maluco: uma discussão sobre a construção do universo ficcional de <i>Warcraft</i> em múltiplas plataformas .....	147
2. Jogos casuais e as motivações de seus jogadores .....	150
2.1 Da distinção entre jogos casuais e jogos <i>hardcore</i> .....	150
2.2 Jogos casuais e sua relação com o público consumidor .....	152
2.3.1 Motivações dos jogadores de <i>Hearthstone</i> : a competitividade .....	154
2.3.2 Motivações dos jogadores de <i>Hearthstone</i> : a imersão .....	157
3 Narrativas e jogos digitais .....	158
3.1 Os diferentes conceitos de imersão e a necessidade de distinção entre narrativa e arco narrativo .....	161
3.2 Identificando as diferentes instâncias imersivas dos jogos digitais .....	165
3.3 Sobre as narrativas transmídia .....	168
3.4 O pluriverso transmidiático da Blizzard Entertainment .....	174
4. Uma análise das Aventuras do “Ano do Dragão” em <i>Hearthstone</i> .....	176
4.1 “Ano do Dragão”: uma visão geral .....	176
4.2 Mundo da história .....	179
4.3 Personagens .....	183

4.4 Emoção .....	189
4.5 Interface narrativa .....	192
4.6 Micronarrativas .....	196
4.7 Aspectos comerciais .....	201
4.8 Considerações sobre o projeto narrativo do “Ano do Dragão” em <i>Hearthstone</i> .....	205

### **Potencial inexplorado: considerações finais e apontamentos para futuras pesquisas**

1. Era uma vez um goblin cientista, que vivia numa terra muito distante... ..	209
2. Sobre a cultura de produção de jogos digitais contemporânea .....	210
3. Sobre o entendimento de jogos digitais como formas amalgamadas .....	216
4. Sobre a construção do pluriverso transmidiático da Blizzard Entertainment .....	221
5. Sobre a participação do pesquisador-jogador e os desdobramentos para pesquisas futuras .....	227

### **Referências**

Referências bibliográficas .....	230
Referências de veículos jornalísticos .....	235
Referências de jogos analógicos e digitais .....	237
Referências audiovisuais .....	239



## Introdução

### Abertura do Pórtico

Era 1º de julho de 2019, uma segunda-feira como qualquer outra, não fossem as notificações constantes que insistiam em aparecer na tela do aparelho celular, alertando para um volume anormal de mensagens sendo recebidas em um aplicativo de rede social. Bastaram segundos para entender o que acontecia: as mensagens vinham de uma comunidade de jogadores<sup>1</sup> – e fãs ávidos, diga-se de passagem – do jogo *Hearthstone*, um dos muitos grupos desse tipo que se dedicam a discutir o referido *card game* e tudo relacionado a seu universo. O motivo para tal euforia era o fato de a Blizzard Entertainment, desenvolvedora responsável pelo título, ter finalmente divulgado o *trailer* de anúncio da futura expansão do jogo, *Salvadores de Uldum*<sup>2</sup>.

Após clicar no *link* compartilhado no grupo, que redirecionava para o *Youtube*, dei início ao vídeo de pouco mais de um minuto; imediatamente fui surpreendido pela melodia da música, um *sample* evidente do hino oitentista  *Holding out for a Hero*<sup>3</sup>, de Bonnie Tyler, trilha sonora do filme *Footloose* (1984), uma referência que possivelmente passaria despercebida aos jogadores mais novos. No entanto, sabia eu que a escolha de tal música não era em vão: assim como Tyler tão desesperadamente pedia por um herói nos versos de sua canção, também os personagens de *Hearthstone* passavam por situação semelhante, ansiando por um grupo de salvadores que pudesse livrá-los de catastróficas ameaças.

Conforme acompanhamos ao longo de “*Ascensão das Sombras*”, a primeira das expansões lançadas em 2019 – o “Ano do Dragão” em *Hearthstone* –, um grupo de supervilões, a Liga do M.A.L., foi reunido pelo bruxo etéreo Rafaam e conseguiu invadir e sequestrar – literalmente – a cidade flutuante de Dalaran, a capital da magia. Agora, no *trailer* aberto na tela diante de mim, finalmente eram revelados os próximos passos dessa organização vilanesca. Dalaran fora trazida pelos ares até Uldum, uma região no meio do

---

<sup>1</sup> O grupo mencionado é o *Taverna das Divas*, presente nas plataformas WhatsApp e Facebook (esse último podendo ser acessado pelo seguinte link: <https://web.facebook.com/groups/tavernadasdivas/> (último acesso em 18/10/2019).

<sup>2</sup> *Trailer* disponível em: <https://youtu.be/IMhpHgqIQdQ> (último acesso em 18/10/2019).

<sup>3</sup> Disponível em: <https://youtu.be/bWcASV2sey0> (último acesso em 18/10/2019).

deserto, repleta de relíquias antigas e mistérios escondidos. Quais seriam as motivações da Liga do M.A.L. ao fazer isso? E o principal, quem seria capaz de detê-los?

A resposta não tardou a aparecer nos versos da canção: “vindos do Salão dos Exploradores e emergindo das tumbas empoeiradas de Uldum, surgem nossos heróis, lendas do passado que sabem exatamente o que fazer”: Reno, Elise, Brann e Finlei. Trata-se, nada mais, nada menos, da famosa Liga dos Exploradores, heróis protagonistas de uma expansão de mesmo nome, lançada em *Hearthstone* no ano de 2015. Agora, os icônicos personagens retornavam, com uma nova roupagem e novas armas, prontos para entrar em ação outra vez e derrotar Rafaam e seu grupo. O *trailer* prosseguiu com os personagens demonstrando suas habilidades em meio a grandes explosões e monstros aterrorizantes, encerrando apoteoticamente com a solução que todos tanto ansiavam: aqui estão os “*Salvadores de Uldum*”, título da nova expansão do jogo.

Juntamente com o *trailer*, foi divulgado, ainda, um vídeo de apresentação do novo conteúdo<sup>4</sup>, narrado por Hadidjah Chamberlain, uma das desenvolvedoras de *Hearthstone*. Nele, descobrimos que as cartas de missão, um tipo especial de recurso introduzido originalmente em “*Jornada a Un’goro*”, expansão de 2017, estavam de volta. Também fomos apresentados à nova mecânica de jogabilidade do conjunto, “*Renascer*”, e vimos algumas das cartas novas, que davam um vislumbre do que nos aguardaria no mês seguinte, ocasião em que “*Salvadores de Uldum*” finalmente seria lançada. O clima no grupo de jogadores, após receber tais notícias, era de empolgação. Eram comuns falas como “finalmente a Liga dos Exploradores está de volta”, “são meus personagens favoritos”, ou indagações tais quais “como serão as novas cartas de missão?” e “quais serão os poderes de Reno, Elise e companhia?”, entre várias outras mensagens especulativas, que permaneceram em fluxo constante ao longo de todo o mês de julho, até o conteúdo completo ser enfim disponibilizado no jogo, em 06 de agosto de 2019.

Bastou apenas um *trailer* de um minuto para uma série de questões relacionadas à dinâmica de produção e distribuição de jogos digitais, como é o caso de *Hearthstone*, vir à tona. Quantas referências intertextuais foram evocadas, começando pela música emblemática dos anos 80, passando pela estética e elementos cinematográficos remetendo a filmes de Indiana Jones, e encerrando com o estilo cartunesco e cômico – e, ainda assim,

---

<sup>4</sup> Disponível em <https://youtu.be/EXdgK5smDoU> (último acesso em 18/10/2019).

épico – muito particular da empresa responsável pelo título? E o que falar do apelo à nostalgia relacionado a elementos do próprio jogo, em que não apenas personagens icônicos são resgatados, mas também mecânicas de jogabilidade já exploradas anteriormente, como as cartas de missão, são trazidas de volta e repropostas com uma nova roupagem? E, acima de tudo, como ignorar o esforço para construir uma narrativa continuada, por meio da qual personagens de diferentes momentos da trajetória de *Hearthstone* se (re)encontram, se associam e atuam conjuntamente na construção de uma história que se estende ao longo de diferentes expansões, ambientada num mesmo imenso e rico universo ficcional?

É importante ressaltar que, ao citar *Hearthstone*, estamos falando de um *card game* digital em sua essência. Um jogo que, em seus termos mais básicos, consiste em um duelo de cartas entre dois oponentes. Um título construído em torno de um elemento puro e simplesmente competitivo e estratégico, em que dois adversários se enfrentam e aquele que tiver melhor sorte ou habilidade sai vencedor. No entanto, mesmo com essa dimensão de jogabilidade aparentemente simples e com um produto criado para ser jogado casualmente em telefones celulares, *tablets* e outros dispositivos sem grandes requisitos técnicos, com apenas um único *trailer* foi possível observar toda uma movimentação, em termos narrativos e midiáticos, digna de uma grande produção cinematográfica de Hollywood.

De fato, quando observamos o mercado dos jogos digitais atual, percebemos que estamos lidando com um segmento em franca expansão – *Hearthstone*, por si só, possui uma base ativa de mais de 100 milhões de jogadores cadastrados no mundo todo<sup>5</sup> e foi responsável por uma arrecadação estimada de mais de 700 milhões de dólares, desde seu lançamento, contando apenas os dispositivos móveis<sup>6</sup>. E esse não é um caso isolado de sucesso, diga-se de passagem; *Fortnite*, da Epic Games, o jogo digital mais bem-sucedido em termos financeiros no ano de 2018, arrecadou, sozinho, 2,4 bilhões de dólares naquele período<sup>7</sup>. Quando nos atentamos ao histórico e à trajetória desses produtos, de maneira geral, percebemos que foram necessários apenas cerca de 50 anos para que os videogames

---

<sup>5</sup> Fonte: <https://playhearthstone.com/pt-br/blog/22636890/> (última consulta em 18/10/2019).

<sup>6</sup> Fonte: <https://sensortower.com/blog/hearthstone-mobile-revenue-2018> (última consulta em 18/10/2019).

<sup>7</sup> Fonte: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2019-01-16-fortnite-tops-2018-superdata-chart-with-usd2-4b-digital-revenue> (última consulta em 18/10/2019).

atingissem o patamar em que se encontram hoje; e, aparentemente, esse é apenas o princípio.



**Figura 1:** Carta de missão lendária. Fonte: Blizzard Entertainment.

### **A ascensão dos jogos digitais na indústria do entretenimento**

Seguindo o fluxo das grandes transformações tecnológicas que marcaram as últimas décadas do século XX e permanecem, ainda agora, no início do século XXI, vimos o videogame se popularizar e se apresentar em diferentes formas, indo de fliperamas a consoles domésticos, de computadores a aparelhos portáteis. Mesmo seus produtos particulares, os jogos digitais, romperam as barreiras de seus suportes de origem e já se espalharam, inclusive, por uma série de outros dispositivos “inteligentes”, podendo ser encontrados, também, nos quase onipresentes aparelhos *smartphone*, *tablets*, *smart TVs* e afins. Tal inserção massiva na indústria do entretenimento, conforme já sinalizado, tem se mostrado lucrativa e bem-sucedida em termos financeiros e de público: hoje, por exemplo, os videogames já superam o cinema em arrecadação – segundo levantamento da *Newzoo*, apenas em 2018, a indústria de jogos digitais lucrou aproximadamente 135

bilhões de dólares no mundo todo<sup>8</sup>, contra os US\$41,1 bilhões arrecadados em bilheteria no mesmo período<sup>9</sup> – e demonstram, com seus lançamentos mais recentes investindo em processamento gráfico de ponta, uso de vídeo nativo em 4K e aplicação de tecnologias 3D, de realidade virtual e aumentada, ainda possuem fôlego e disposição para competir por um público cada vez mais diversificado e exigente.

Se nos concentrarmos na produção de ficção midiática, em específico, notamos que também aí os videogames têm conquistado seu espaço. Parte considerável dos jogos digitais da atualidade também contam histórias, e são responsáveis pela criação e expansão de incontáveis universos ficcionais, que bebem diretamente da fonte da literatura, do cinema e dos quadrinhos e se aproveitam das especificidades técnicas desse suporte para construir outros modelos de fruição das narrativas. Com o avanço das tecnologias gráficas, de renderização de imagens e de processamento de dados, vemos os jogos digitais se aproximando cada vez mais da linguagem cinematográfica, explorando elementos como luz, enquadramento, construção de *mise-en-scène*, captura de movimentos de atores, composição de trilha sonora, entre inúmeros outros, para apresentar grandes produções que, ainda que contenham o elemento lúdico e de jogabilidade em sua essência, também são veículos para contar os mais variados tipos de histórias.

É exatamente esse ponto que nos leva de volta à *Hearthstone*. Apesar de sua natureza essencialmente competitiva, o título tem investido, desde seu lançamento, também na produção de conteúdos *single-player*, focados na narrativa, que introduzem personagens e locações e desenvolvem o conflito central de cada expansão. O universo do jogo é diretamente derivado de outra produção da Blizzard Entertainment, *World of Warcraft* (*WoW*). Ao ser criado, *Hearthstone* se valeu de uma riquíssima *lore*<sup>10</sup>, que já vinha sido construída há mais de 10 anos em *WoW*, e que foi expandida e adaptada na forma de um *card game*. Dessa maneira, quando jogamos *Hearthstone*, muitos dos personagens que nos são apresentados surgiram originalmente em *World of Warcraft*,

---

<sup>8</sup> Fonte: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-12-18-global-games-market-value-rose-to-usd134-9bn-in-2018> (última consulta em 18/10/2019).

<sup>9</sup> Fonte: <https://www.statista.com/statistics/271856/global-box-office-revenue/> (última consulta em 18/10/2019).

<sup>10</sup> Palavra da língua inglesa que, no contexto dos jogos digitais, faz referência à história de fundo do mundo de um jogo, a todos os elementos que complementam a narrativa principal.

Fonte: <https://www.gameskinny.com/ow6z1/telling-stories-the-importance-of-lore-in-video-games> (última consulta em 25/10/2019).

como é o caso dos heróis que emprestam seus rostos a cada uma das classes do jogo (Anduin, Rexxar, Jaina etc.) ou de alguns dos vilões que enfrentamos, como Kel'Thuzad, Lich Rei ou Doutor Cabum.

Porém, a construção ficcional de *Hearthstone* não se limitou à adaptação direta do mundo de *World of Warcraft*; também existe um esforço considerável da desenvolvedora em criar personagens inéditos e expandir esse universo por caminhos que não existem na Obra-fonte. Muitas vezes, os desdobramentos narrativos são tamanhos que chegam até mesmo a ocorrer episódios de retroalimentação, como, por exemplo, a tribo dos “*Tortollans*”<sup>11</sup>, ou Reno, Elise e Finlei, da Liga dos Exploradores<sup>12</sup>, protagonistas do *trailer* mencionado no início deste texto, ambos casos que surgiram como personagens inéditos e exclusivos de *Hearthstone* e que, posteriormente, foram adicionados, também, a *World of Warcraft*. O ano de 2019, intitulado de “Ano do Dragão”, foi igualmente emblemático para a obra: pela primeira vez vimos uma grande história sendo contada continuamente ao longo de três expansões diferentes<sup>13</sup>, recuperando personagens marcantes e oferecendo uma experiência narrativa em proporções nunca antes exploradas pelo jogo.

## Apresentação do estudo

Considerando a relevância do videogame na indústria do entretenimento e o seu uso recorrente como veículo para a construção de narrativas, um dos nossos primeiros movimentos, com a presente pesquisa, foi o de recuperar os estudos mais recentes que abordavam tal conjuntura, que tanto despertara nosso interesse. De fato, quando observamos a produção acadêmica a esse respeito, tal correlação entre videogames e outras formas de mídia, principalmente no que diz respeito ao *storytelling*, era (e ainda é), notavelmente, um dos pontos de tensionamento nos trabalhos dessa área. Prova disso

---

<sup>11</sup> Fonte: <https://www.wowhead.com/news=290578.2/the-tortollans-a-hearthstone-tribe-made-it-into-the-world-of-warcraft> (última consulta em 18/10/2019).

<sup>12</sup> Fonte: <https://pt.wowhead.com/news=291291/mechagon-visitors-the-explorers-league-from-hearthstone> (última consulta em 18/10/2019).

<sup>13</sup> São elas: “*Ascensão das Sombras*” (abril de 2019), “*Salvadores de Uldum*” (agosto de 2019) e “*Despontar dos Dragões*” (dezembro de 2019).

é que uma das questões centrais no campo dos *game studies* tem sido, justamente, a relação, por vezes conflituosa, entre jogabilidade e narrativa nos jogos digitais.

Surgindo de uma já clássica disputa entre ludologia *versus* narratologia (ESKELINEN, 2001; FRASCA, 2003; MURRAY, 2005; PEARCE, 2005), os estudiosos da área têm argumentado se os videogames deveriam ser entendidos como meios de comunicação propriamente ditos e, por consequência, relacionados a livros e filmes, ou se é mais apropriado relacioná-los com brincadeiras e jogos não-digitais. Essas disputas também foram interligadas com tentativas de criar uma definição universal de videogame, com condições mínimas necessárias para identificação e classificação dos jogos digitais (JUUL, 2006; SALEN; ZIMMERMAN, 2004; WAERN, 2012), sem, no entanto, chegar a um consenso entre os pesquisadores da área (LINDEROTH, 2015) – o principal motivo seria a constatação de que, mesmo com o reconhecimento da complexidade estética dessas obras, tais tentativas de definições ainda teriam a tendência de favorecer certos aspectos sobre outros e, muitas vezes, acabariam atuando mais como ferramentas de exclusão, taxando muitos produtos como “não-jogos” ou “casos periféricos”, do que como reais contribuições à tal área de estudo.

Quando tal debate se concentra na hierarquia ontológica entre história e jogabilidade, as questões que se relacionam à sua interdependência são facilmente ignoradas. Assim, interesses relacionados à quais histórias, temas e ideologias o jogo digital suporta, ou como a forma do jogo digital afeta o ofício de contar histórias, tendem a ser esquecidos (LINDEROTH, 2013). Somada a isso está a constatação de que, independentemente dos debates acadêmicos, os desenvolvedores de jogos têm, ainda, que encontrar maneiras de combinar jogabilidade com narrativas nos produtos que desenvolvem; mesmo assim, pouca atenção tem sido dada às preocupações práticas sobre escrever histórias para jogos, a como desenvolvedores profissionais gerenciam a relação entre histórias e jogabilidade e a quaisquer habilidades específicas que são necessárias para administrar essas diferentes dimensões.

Num movimento que busca se distanciar e superar o debate “narrativa *versus* jogabilidade”, Jonas Linderoth é um dos estudiosos que dá um passo adiante e argumenta que os jogos digitais são uma *forma composta*, que “combina os prazeres de uma variedade de práticas culturais, como participar de competições, ler e escrever histórias, diferentes formas de *design*, resolver enigmas e descoberta e exploração, etc.”

(LINDEROTH, 2015, p.280, tradução nossa). Para o autor, a importância de tal abordagem é que ela permite ao pesquisador abordar jogos digitais sem buscar responder a questão de como os jogos devem ser classificados para, ao invés disso, adotar um posicionamento de investigação empírico ao analisar como diferentes mídias, tais quais quadrinhos, filmes, textos, histórias narradas, música, etc. e *designs* para interação, como ferramentas de projeto, simulações, *quick time events*<sup>14</sup>, diferentes formas de desafios etc. são combinados dentro dos produtos que rotulamos como videogames. Foi a partir da noção de forma composta que construímos o referencial teórico inicial que resultou no trabalho apresentado nesta tese.

Ao entender jogos digitais como uma forma composta, faz-se necessário reconsiderar a maneira como vemos e discutimos questões de narrativa, interatividade e engajamento em videogames, principalmente quando relacionadas a outras mídias, em um cenário mais amplo. Tal contexto transmidiático que aqui sugerimos é semelhante à ideia de *supersistemas de entretenimento*, proposta por Marsha Kinder em seu livro, *Playing with Power in Movies, Television and Video Games*. Kinder (1991, pp.02-04, tradução nossa) usa o termo para descrever um sistema de intertextualidade transmídia “através de diferentes mídias narrativas”, incluindo filmes, videogames e animações, que “constroem sujeitos consumidores que podem mais facilmente assimilar e acomodar quaisquer objetos que encontrem”, incluindo, também, “os modos tradicionais de produção de imagens como o cinema e os novos desenvolvimentos tecnológicos, como as multimídias interativas”. Para a autora, o objetivo final do supersistema do entretenimento, como uma construção transmídia, é a criação de uma nova geração de consumidores com um grau avançado de letramento midiático. Ao colocar a noção deste sistema de intertextualidade transmidiática, Kinder (1991) fornece um contexto mais amplo para se olhar o videogame, que é em si um produto transmídia, e, também, o seu público, que consome não apenas o jogo digital, mas, ainda, as mais variadas formas midiáticas disponíveis de um produto cultural de seu interesse, como filmes, séries televisivas, quadrinhos, livros, colecionáveis, etc.

---

<sup>14</sup> *Quick time events* aparecem em todos os tipos de jogos como uma tentativa de tornar as cenas de animação interativas. Geralmente solicitam que o jogador pressione os botões exibidos na tela antes que o tempo acabe para que se possa progredir no jogo. Fonte: <https://www.giantbomb.com/quick-time-event/3015-6/> (última consulta em 16/11/2017).



### *Delimitação do problema*

Com o entendimento dos videogames como formas compostas e que integram supersistemas de entretenimento transmidiáticos, procuramos, com o presente trabalho, avançar a discussão sobre a cultura de produção de jogos digitais na contemporaneidade; para tal, nos propomos a investigar os processos criativos na indústria dos *games*<sup>15</sup>, dando ênfase à questão do *storytelling* em jogos digitais e ao desenvolvimento de uma narrativa e estética únicas, que emanam e estão diretamente relacionadas à materialidade do suporte em questão, e que possibilitam outros modos de fruição/engajamento por parte do espectador/jogador quando comparadas às mídias tradicionais. Para realizar tal empreitada, tomamos como objeto de análise o já mencionado jogo digital *Hearthstone*. A partir da observação do projeto narrativo e transmidiático construído ao longo das três expansões que compõem o “Ano do Dragão”, utilizamos *Hearthstone* como caso exemplar para discutir quais são as implicações ao contar uma história em um jogo digital e como se organiza o campo de produção de videogames nos dias atuais.

### *Objetivos*

Como *objetivo geral*, esta pesquisa se propõe *a investigar como os diferentes compósitos originais e particulares dos jogos digitais têm sido utilizados pelos desenvolvedores para acomodar estruturas narrativas e de storytelling em sua forma final e quais são os principais objetivos que têm motivado essas práticas de produção específicas*. Nosso argumento principal é o de que tais estratégias criativas se originam e são um resultado direto das trajetórias dos estúdios, suas diretrizes e relações com os demais profissionais da área, com o mercado, com o público consumidor e com as linguagens de outros produtos midiáticos, inseridos, conjuntamente, numa arena mais ampla, que aqui chamamos de cultura de produção de videogames.

Como *objetivos específicos* oriundos do objetivo geral, procuramos:

---

<sup>15</sup> Neste estudo, utilizamos o termo “*games*” para nos referir a jogos digitais projetados para serem jogados em dispositivos computacionais diversos, como computadores, *smartphones* e consoles próprios.

- a) Caracterizar o processo de constituição de diretrizes a partir de uma crítica inferencial, baseando-se no registro historiográfico da trajetória do agente criador e na análise das obras produzidas ao longo desse período;
- b) Examinar processos gerenciais e criativos responsáveis pelas intersecções entre jogabilidade e narrativa em jogos digitais;
- c) Formular uma metodologia de análise dos videogames que compreenda os diferentes compósitos de um jogo digital e suas respectivas materialidades, bem como as relações de codependência existentes entre eles;
- d) Identificar, registrar e avaliar estratégias de *storytelling* empregadas na criação do jogo digital em associação com outras plataformas, em prol da construção de grandes construtos ficcionais transmidiáticos.

### **Sobre a definição do objeto e o papel do pesquisador-jogador**

A pesquisa aqui apresentada tem caráter exploratório e, em certa medida, experimental. Cientes da necessidade de partirmos de um referencial teórico-metodológico que desse conta de ambos os aspectos lúdicos e narrativos dos jogos digitais, iniciamos nossa jornada a partir da adaptação das metodologias de Baxandall (2006), para uma crítica inferencial e reconstituição de problemas, encargos e diretrizes do(s) artista(s); e de Caldwell (2008), para uma análise cultural-industrial integrada dos produtos midiáticos contemporâneos, ambas ressaltando a necessidade de uma investigação historiográfica da trajetória do agente criador a ser analisado.

A partir dessa primeira proposta, demos início, originalmente, ao estudo de caso da trajetória do estúdio Telltale Games, destacando, em específico, a produção de um jogo derivado da série televisiva *Game of Thrones* (HBO). Apesar dessa incursão inicial ter promovido algumas discussões relevantes<sup>16</sup> e ter sido utilizada na elaboração do projeto de pesquisa que viria a resultar nesta tese, algumas circunstâncias que surgiram ao longo desse percurso acabaram motivando uma mudança no foco do estudo e culminaram na substituição da amostra utilizada no trabalho final. Originalmente, a Telltale previa o lançamento de um jogo digital de *Game of Thrones* em temporadas, que atuaria em

---

<sup>16</sup> Cf. DALMONTE; BARBOSA C., 2018 e BARBOSA C., 2018.

complementariedade à série televisiva, integrando um grande projeto transmidiático em parceria com a emissora HBO. Porém, após o lançamento de apenas uma temporada do jogo, o projeto foi interrompido pela metade e o estúdio acabou declarando falência algum tempo depois, em setembro de 2018<sup>17</sup>.

O fato de o projeto da Telltale ter sido interrompido ao meio não era de todo impeditivo, já que havia uma porção considerável da obra ainda disponível, que poderia ser aproveitada, caso assim decidíssemos. Porém, numa análise inicial da trajetória do estúdio a partir das metodologias mencionadas, chegamos à conclusão de que o trabalho da Telltale, de maneira geral, era passível de ser classificado como um caso marginal, experimental, que não refletia integralmente as relações que se davam no interior do campo de produção de videogames na época de sua atuação. Mais do que isso; acreditamos que, muito possivelmente, as tomadas de decisão do estúdio, ao longo de sua existência, resistindo em diversificar seus aspectos de jogabilidade e apresentando obras tão distantes daquilo que se entendia como um jogo digital naquele período, tanto em aspectos materiais quanto criativos, possam ter, inclusive, colaborado, em certa medida, para que a Telltale encerrasse suas atividades de maneira tão abrupta, mesmo após ter consolidado uma marca e produzido obras reconhecidas anteriormente, como a sua premiada versão de *The Walking Dead*, por exemplo<sup>18</sup>.

Uma das primeiras lacunas que encontramos, conforme desenvolvíamos esta pesquisa, dizia respeito, justamente, à necessidade de um modelo de análise de jogos digitais que desse conta das práticas criativas que ocorriam na indústria dos videogames contemporânea de maneira abrangente; e desenhar um possível modelo e testar sua viabilidade era, por consequência, um de nossos objetivos iniciais. No entanto, chegamos à conclusão de que, para fazer isso, seria necessário partir do estudo de caso de uma empresa ainda em atividade, que atuasse em variados gêneros, que tivesse um histórico extenso e respeitável e que, principalmente, fosse uma das responsáveis por ditar as tendências e modificar as lógicas de funcionamento da indústria a partir de sua atuação. Também percebemos que, na tarefa de avaliar as estratégias para inclusão das narrativas

---

<sup>17</sup> Fonte: <https://www.theverge.com/2018/10/4/17934166/telltale-games-studio-closed-layoffs-end-the-walking-dead> (último acesso em 20/07/2020).

<sup>18</sup> Essa posição foi discutida e apontada, igualmente, por vários veículos da mídia especializada. Mais informações estão disponíveis no *link* anterior e em: <https://www.gamespot.com/articles/what-happened-to-telltale-games-heres-a-timeline-o/1100-6462046/> e <https://www.ign.com/articles/2019/12/13/telltale-games-shut-down-and-revival-explained> (último acesso em 21/07/2020).

em jogos digitais, nos interessava mais investigar exemplos de títulos em que os próprios compósitos do suporte videogame eram utilizados para promover o *storytelling* por si só do que investigar exemplos em que o jogo digital simplesmente eliminava suas características distintivas para inserir, em sua constituição, uma mera reprodução de outras linguagens, tais quais a do cinema e a da televisão, por exemplo, como solução ao problema de contar histórias. Assim, no lugar de tomar como amostra um jogo que claramente privilegiava aspectos narrativos desde sua concepção, reduzindo a jogabilidade a uma dimensão discreta (e, por vezes, quase inexistente) da obra, tal qual fazia a Telltale em seu *Game of Thrones*, optamos, ao invés disso, por tomar o caminho totalmente oposto: escolher uma obra que era menos proeminente em aspectos de *storytelling* em sua forma original, mas que, ainda assim, buscava maneiras de reaproveitar e repropor seus compósitos de jogabilidade a fim de contar histórias. Foi dessa forma que acabamos chegando até um jogo de cartas digital, produzido pela Blizzard Entertainment, uma gigante na indústria contemporânea dos videogames.

Destacamos, também, que este estudo conta com uma porção significativa de autoetnografia, já que a totalidade das amostras da análise extraídas do jogo em si foram coletadas a partir da própria trajetória do pesquisador enquanto um jogador, que conhece o título observado em profundidade e o joga ativa e continuamente desde o ano de 2016. Esse tipo de participação em estudos dessa natureza é bastante comum em outras produções da área dos *game studies* e foi defendida anteriormente por Aarseth (2003), uma das grandes referências nesse meio. Tal qual proposto pelo autor, em pesquisas como a que aqui apresentamos, é preciso jogar a obra nós mesmos, uma vez que, se não houver a experimentação pessoal do jogo digital, há a chance de se cometer graves mal entendimentos, mesmo quando estudamos as mecânicas e nos esforçamos ao máximo para adivinhar como elas funcionam. Para Aarseth (2003, p.5, tradução nossa), enquanto a interpretação de uma obra literária ou fílmica requer certas habilidades analíticas, o jogo requer uma análise praticada como performance, com *feedback* direto do sistema. Essa seria uma “hermenêutica dinâmica, em tempo real, a qual não há uma estrutura correspondente no cinema ou na literatura”, o que justificaria, por conseguinte, a postura adotada durante o desenvolvimento desta tese.

## Missões lendárias: um guia de leitura da tese

Para uma melhor visualização do trajeto aqui percorrido, os referenciais teóricos que foram utilizados para a elaboração do método – e o próprio método em si – são descritos já no primeiro capítulo, garantindo, dessa forma, uma compreensão detalhada dos eixos teórico-metodológicos utilizados ao longo de toda a pesquisa e que se refletem, também, nas análises apresentadas nos capítulos posteriores. O argumento central da tese é apresentado em três capítulos principais e defendido em conjunto na conclusão. Cada um dos capítulos desta tese apresenta a estrutura de um estudo completo: revisão teórica, evidências empíricas, análise e conclusão do argumento. Como toda a argumentação foi construída a partir do estudo da trajetória de um agente criador específico, foi inevitável manter o encontro entre as reflexões teóricas, as porções de análise e a sua posterior discussão presentes ao longo de todos os capítulos, colaborando para que a exposição de todos esses tópicos fosse feita de maneira progressiva, acumulativa e coesa.

Assim como os personagens de *Hearthstone*, heróis da Liga dos Exploradores, receberam suas cartas de missão, que precisavam ser completadas para que eles pudessem obter valiosas recompensas, aqui também dividimos nossa exploração em três grandes frentes, que foram batizadas com os mesmos nomes de algumas dessas cartas, escolhidas por sintetizarem e remeterem aos objetivos principais que procurávamos alcançar em cada uma das seções. No primeiro capítulo, *Despertar os Criadores*, buscamos definir e descrever as lógicas daquilo que chamamos de cultura de produção de videogames. Nessa parte, ressaltamos, principalmente, os encargos e diretrizes envolvidos na criação dessas obras; o contexto mercadológico/transmidiático de produção, distribuição e circulação de jogos digitais; os recursos tecnológicos disponíveis e sua implicação nos processos criativos; as habilidades específicas dos desenvolvedores e a tradição de suas empresas na área; e a relação com as demais empresas, a crítica especializada, o público consumidor e grupos de fãs. Partimos dos conceitos de campo artístico, de Bourdieu (2004), e de crítica inferencial, de Baxandall (2006), até chegarmos à metodologia de Caldwell (2008) para uma análise cultural-industrial integrada. A partir daí, investigamos a inserção da Blizzard Entertainment no mercado de produção de videogames contemporâneo, sua trajetória, gestão de marca e escolhas a respeito de suas franquias, pautadas em interesses financeiros e de consolidação de suas propriedades intelectuais, por meio da constante

atualização e expansão de universos ficcionais com o lançamento de produtos derivados (como é o caso de *Hearthstone*).

No segundo capítulo, *Destrançar a Caixa-Forte*, a partir da análise da construção das cartas e da jogabilidade de *Hearthstone*, buscamos avançar a proposta de Linderoth (2015), com seu conceito de *forma composta*, para um segundo estágio, que aqui propomos como sendo o de *forma amalgamada*, que seria uma obra complexa, construída a partir de elementos de natureza lúdica e narrativa, que são complementares e que podem ser observados individualmente, mas que só atingem o objetivo final idealizado em sua criação a partir da combinação de todas as partes – incluindo a participação do jogador – tal qual uma liga de distintos metais que se fundem para a criação de um novo produto, diferente dos materiais que o originaram. Para demonstrar a viabilidade de tal proposta, partimos das diretrizes identificadas no estudo da trajetória da Blizzard, realizado no primeiro capítulo, e analisamos algumas das formas amalgamadas presentes em *Hearthstone*, justificando a aplicação de tal conceito.

Por fim, no terceiro e último capítulo, *Invasão no Sistema*, nos dedicamos a investigar estratégias, técnicas e recursos utilizados pela Blizzard Entertainment para a construção da narrativa dentro de um jogo primariamente competitivo, o que acaba resultando num modelo de *storytelling* muito particular, apoiado nas especificidades do suporte, e que promove um outro tipo de interação com o universo da franquia em questão. Ressaltamos, ainda, como os compósitos de narrativa utilizados em *Hearthstone* estão diretamente relacionados com o tipo de comercialização de bens virtuais promovido por essa obra e com as motivações de seus jogadores ao consumi-la, atuando, dessa forma, também num nível econômico. Partindo das noções de narrativas transmídia (KINDER, 1991; JENKINS, 2006; DENA, 2019) texto grosso (KRZYWINSKA, 2008) e estética *geek* (KAVENEY, 2005), observamos o desenvolvimento narrativo ao longo do “Ano do Dragão” e analisamos como os conteúdos *single-player* das três expansões lançadas naquele período atuaram, em conjunto, para a construção daquilo que chamamos de *pluriverso transmidiático de Hearthstone*.

Ao final dessas três vias de exploração, em *Potencial Inexplorado*, apresentamos o conjunto argumentativo que sistematiza e sintetiza os resultados desta pesquisa, evidenciando as contribuições teóricas, metodológicas e analíticas alcançadas com o estudo. Além dos resultados, tecemos ainda algumas considerações que dão pistas sobre

o futuro da produção de narrativas em jogos digitais na contemporaneidade e que podem servir como ponto de partida para pesquisas futuras. Assim como fizeram Reno, Elise, Brann e Finlei, a famosa Liga dos Exploradores de *Hearthstone*, também nos equipamos com as versões acadêmicas dos chicotes e chapéus Fedora desses personagens, nos arriscando a explorar as profundezas desconhecidas de um universo tão rico e promissor, e o convidamos a fazer o mesmo. O pórtico está aberto, basta entrar.

## Capítulo I – *Despertar os Criadores:*

Uma investigação da cultura de produção de videogames  
na contemporaneidade a partir da trajetória da  
Blizzard Entertainment



**Figura 2:** Carta de missão lendária. Fonte: Blizzard Entertainment.



## 1. Pontos de partida para a definição de um conceito de cultura de produção de jogos digitais

Em um dos painéis da *Comic-Con* de San Diego, em 2018, parte do time de desenvolvedores de *Hearthstone* esteve presente e conversou com o público sobre algumas de suas práticas de produção, referentes à criação de *designs* para o jogo<sup>19</sup>. Uma das falas do diretor de arte, Ben Thompson, revelou detalhes sobre o cronograma de produção das três diferentes expansões que são lançadas todos anos:

Muito se fala sobre como nós começamos a criar as artes conceituais para os conjuntos cada vez mais cedo e o quão adiantados nós trabalhamos. Nós estamos cerca de um ano adiantados agora e, quando trabalhamos nos conjuntos, já estamos fazendo os do próximo ano. Essa é uma boa quantidade de tempo quando você considera que nós queremos construir essas expansões de uma maneira em que elas se complementem umas às outras; elas irão ajudar a fornecer ferramentas para os jogadores considerando as cartas que já estão no meta<sup>20</sup>, que eles receberam nas últimas expansões, mas também ajudarão a dar suporte aos conjuntos futuros, sobre os quais os jogadores ainda não têm nenhuma ideia a respeito. Então nós sabemos para quais tipos de cartas nós queremos criar peças complementares e, quando nós fazemos isso, a única forma de sermos bem-sucedidos é possuindo um senso de estilo muito forte como guia – Ben Thompson, em painel da *Comic-Con* San Diego (COMIC-COM, 2018, tradução nossa).

Ao longo do painel, de cerca de 50 minutos de duração, muitos outros detalhes foram apresentados, com os palestrantes descrevendo as etapas de criação das artes desde sua fase conceitual até a inclusão de animações e efeitos especiais, revelando ao público parte de uma intrincada cadeia produtiva, sustentada por um extenso time de profissionais, que atua continuamente para que esse ciclo de renovação e inclusão de novos conteúdos no jogo a cada quatro meses seja mantido e realizado de maneira harmoniosa.

É justamente quando nos deparamos com relatos como o mencionado acima que percebemos que, apesar das similaridades com outras mídias, os videogames possuem lógicas e práticas de produção bastante singulares, e sobre as quais pouco se discute. Conhecendo o cenário onde a criação para esse suporte se dá, é difícil desconsiderar a existência de uma série de fatores comerciais e variáveis atuando nesse processo de

---

<sup>19</sup> Painel disponível em: <https://youtu.be/fnXwOqME6xc> (último acesso em 25/10/2019).

<sup>20</sup> Meta é uma palavra usada para descrever personagens, itens ou armas que são mais dominantes do que outros em um jogo. Para mais informações sobre o termo, veja: <https://dotesports.com/general/news/what-is-the-meta-meaning-24834> (último acesso em 08/11/2019).

produção, que irá, em diferentes medidas e de diferentes formas, se manifestar no produto final que chega às prateleiras. Com tal consciência, acaba-se, inevitavelmente, questionando-se o quê, de fato, significa produzir um videogame na atualidade, e quais são as implicações inerentes a tal prática.

Conforme apontado por Nesteriuk (2015), os jogos digitais ainda continuam sendo “ilustres desconhecidos” para boa parte da sociedade: ilustres por terem se consolidado como a maior dentre as indústrias do entretenimento, colaborando para que se tornassem um dos principais produtos culturais de nossa época e fazendo parte do imaginário de uma “população *gamer*” estimada em 2,47 bilhões de pessoas no mundo todo<sup>21</sup>. Desconhecidos, porque, apesar de toda exposição e relevância cultural e econômica, ainda “são poucos aqueles que conhecem, em extensão e profundidade, essa nova e poderosa linguagem e seus sentidos disseminados na cultura contemporânea” (NESTERIUK, 2015, p.129).

Quando tratamos desse universo dos videogames, não nos referimos apenas aos jogos digitais em si, mas, também, a todo o conjunto de relações materiais, simbólicas e imaginárias que se difundem, ao redor desse artefato, pela cultura de uma determinada época, envolvendo questões formais, tecnológicas, econômicas, comportamentais etc. Assim como indica Nesteriuk (2015), não por acaso a discussão sobre uma “cultura dos videogames” coincide, também, com outra discussão que ganha maior proeminência a partir do surgimento das tecnologias digitais e da convergência das mídias (JENKINS, 2006): a definição do conceito de economia criativa. Segundo De Marchi (2014), o entendimento de uma “economia criativa” implicaria uma rearticulação entre noções pré-estabelecidas de cultura, economia e sociedade, considerando a reconfiguração das forças, dos modos de produção e distribuição e de uma lógica inerente por meio da qual a capacidade criativa em si passa a ter um papel tão ou até mesmo mais relevante quanto o do próprio capital.

---

<sup>21</sup> Segundo dados da Newzoo, esse número deverá chegar até 2.6 bilhões ao final de 2020, baseado numa previsão de crescimento de 5,22% por ano. O mercado global de jogos teve receita de US\$ 148,8 bilhões em 2019, 48% dos quais foram provenientes do mercado asiático. Mais informações em: <https://financesonline.com/number-of-gamers-worldwide/#:~:text=Newzoo%20reports%20there%20were%202.47,market%20an%20estimated%20%24165%20billion.> (último acesso em 01/08/2020).

Durante a última década, temas relacionados a essas “indústrias culturais” ou “criativas” promoveram inúmeras discussões na academia, nas quais os adjetivos “criativas” e “culturais” foram utilizados, nesse contexto, de maneira um tanto quanto intercambiável, com características semelhantes sendo associadas a ambos (PELTONIEMI, 2009). As indústrias incluídas dentro do guarda-chuva abrangente desse termo seriam, de acordo com Hesmondhalgh (2007), a televisão, o rádio, o cinema, o jornal, a publicação de revistas e livros, a gravação e a distribuição de músicas, a publicidade, as artes cênicas e os videogames, enquanto a lista de Power e Scott (2004) é um pouco menor, incluindo música, jogos digitais, televisão, moda e mídia. De Marchi (2014) sinaliza que, apesar de existirem esforços de diferentes setores e organizações para sistematizar e classificar a economia criativa envolvendo diferentes áreas – como, por exemplo, consumo, cultura, mídias e tecnologia –, todas essas esferas compartilhariam o aspecto criativo como um denominador comum. Essa criatividade seria originada “a partir da habilidade e talento individuais”, por meio dos quais seriam criados produtos que apresentam “potencial para geração de empregos e riquezas por meio da exploração da propriedade intelectual”, outro aspecto que também ajudaria, por si só, a definir tais atividades (DE MARCHI, 2014, p. 198).

Assim, se por um lado notamos a relevância desse cenário da produção de jogos digitais, principalmente quando o consideramos como representante de uma indústria criativa em franca expansão, por outro lado também nos perguntamos em que medida os processos criativos que sustentavam tal indústria eram reconhecidos, categorizados e discutidos, de maneira mais extensiva, na produção acadêmica a esse respeito. Considerando a área da comunicação, em específico, ao se observar os estudos de mídia realizados a partir da década de 1980 até o início dos anos 2000, percebe-se que os temas mais intensamente pesquisados foram aqueles relacionados ao público, sua recepção e uso de textos mediados, com muito menos trabalhos se concentrando nos processos de produção, conforme apontado por Newcomb e Lotz (2002). Para esses autores, esse cenário seria, em parte, consequência de uma presunção de que a produção de ficção midiática se manteria, majoritariamente, como geradora de conteúdos padronizados, resultantes de procedimentos de produção rotineiros; entretanto, muitas outras variáveis também estariam envolvidas nesse processo, tais como diferenças dentro das rotinas de trabalho e disputas entre padronização e diferenciação das obras, por exemplo. Logo, para esses autores, seria preciso realizar “uma análise mais completa e detalhada das práticas

de produção” do que aquela que as generalizações mais comuns sobre as supostas “fábricas de mídia” permitiriam (NEWCOMB; LOTZ, 2002, p.62, tradução nossa).

Ao longo das últimas duas décadas, vimos surgir na academia novas pesquisas que procuraram dar conta dos processos de produção nos mais variados suportes. Um dos pesquisadores que se dedicou a essa vertente de estudo, e que aponta a complexidade imbuída nas pesquisas sobre a produção midiática contemporânea, é John T. Caldwell (2008). Ao estudar o cinema e a televisão, em específico, esse autor reconhece que eles são muito mais do que indústrias ou grupos corporativos que simplesmente fabricam entretenimento ou competem entre si como parte de um mercado cultural/econômico; as comunidades de produção de filmes e programas televisivos seriam, por si só, expressões culturais e entidades que envolveriam todos os processos simbólicos e práticas coletivas utilizadas por outras culturas, tais como ganhar e reforçar a identidade, forjar consenso e ordem, perpetuar a si e a seus interesses e interpretar a mídia a partir do ponto de vista do público – todo esse universo estaria representado dentro daquilo que o autor nomeou como *cultura de produção* (CALDWELL, 2008, p.02).

Com uma mesma consciência acerca dessa cultura de produção mencionada por Caldwell (2008), Newcomb e Lotz (2002) já haviam sugerido, alguns anos antes, que os estudos sobre a produção de ficção midiática deveriam procurar reconhecer *múltiplos tipos de influência*, indo desde a formação de políticas específicas até a aplicação de novas tecnologias que possam afetar a produção – tais fatores constituiriam níveis de análise, de forma que uma pesquisa de produção mais promissora seria aquela que procuraria identificar a *interdependência das influências* e demonstrar suas variações em diferentes casos, configurações e sistemas, de forma bastante semelhante às proposições trazidas por Caldwell (2008) com sua pesquisa, publicada posteriormente.

Dadas as notáveis semelhanças e pontos de contato entre a indústria cinematográfica/televisiva e a dos videogames, acreditamos ser possível estender boa parte das considerações de Newcomb e Lotz (2002) e de Caldwell (2008), citadas acima, também ao âmbito da produção de jogos digitais, considerando-os, igualmente, como elementos significativos daquilo que se entende como “economia criativa”. De fato, conforme indicado por Jonas Linderöth (2015), pesquisador da área dos *game studies*, os produtos criados para esse suporte específico possuem um ciclo de vida relativamente curto e com difícil previsão de aceitação; são produtos complexos e caros para se

produzir, existindo um grande risco econômico envolvido no desenvolvimento de um jogo digital, o que, por sua vez, favoreceria a tomada de decisões conservadoras a respeito de novos produtos; e fazem parte, também, de um mercado no qual existem diferentes estratégias para manter o controle criativo sobre as obras, citando apenas algumas das características dessa indústria em particular. No entanto, apesar da complexidade dos processos envolvidos nesse meio, salvo poucas exceções, a literatura sobre o desenvolvimento de jogos ainda não se envolve, de maneira mais aprofundada, com as questões inerentes às práticas de produção (LINDEROTH, 2015, p.281).

Ciente dessas especificidades relacionadas à produção de jogos digitais e da notável escassez de trabalhos que se dedicam a investigar esse cenário, especificamente, fez-se necessário buscar por enquadramentos teóricos e ferramentas metodológicas que pudessem auxiliar no mapeamento dessa intrincada rede de processos e relações de uma maneira mais aprofundada. Apesar de menores em quantidade, surgem, mais recentemente, dentro da área dos *game studies*, outros trabalhos que se dedicam a elementos específicos relacionados ao *design* e ao *storytelling* nos videogames e que dão algumas pistas de possíveis caminhos a se explorar, dentre os quais destacamos dois estudos em especial. O primeiro é a já citada pesquisa de Linderoth (2015) que, além da introdução do conceito de formas compostas (que é discutido no segundo capítulo desta tese), também tece considerações sobre algumas habilidades específicas dos *designers* de jogos digitais, que se aproveitam de mecânicas oferecidas pelo suporte para produzir efeito narrativo junto aos jogadores (efeitos de *pacing* e *layering*); e o segundo é o trabalho de Cheng (2007), que trata do uso das *cutscenes* e de suas variações pelos desenvolvedores também com essa mesma intenção. Em seu trabalho, Cheng (2007) faz algumas considerações sobre a natureza da agência do jogador e da interatividade nos jogos digitais e, ao tratar do uso das *cutscenes*, tece inevitáveis comparações com a linguagem cinematográfica, analisando os casos dos jogos *Resident Evil 4* e *King Kong*. Em sua análise, o autor realiza uma aproximação à produção de jogos dentro de um contexto transmidiático maior, relacionado com o lançamento de obras de uma mesma franquia em diferentes suportes e considerando a ativação do repertório prévio dos jogadores ao se valer de recursos próprios da linguagem fílmica para a criação de jogos digitais.

Os dois trabalhos mencionados acima sugeriram algumas possibilidades a serem exploradas quando refletimos sobre os processos de criação de jogos digitais nesta pesquisa, como, por exemplo, a relevância dos depoimentos dos profissionais nesse tipo de investigação e as relações do jogo digital com outras produções da indústria do entretenimento, em um cenário mais amplo. No entanto, sentimos a necessidade de avançar ainda mais tais discussões e propor um modelo teórico-metodológico mais abrangente, que pudesse tanto servir como ponto de partida para o estudo de caso aqui proposto quanto para ser replicado e expandido futuramente, em outras pesquisas similares. Com isso em mente, nos propusemos a descrever, delimitar e analisar aquilo que aqui definimos como *cultura de produção de jogos digitais*, uma vez que acreditamos ser de fundamental importância para o avanço das discussões dos *game studies* trazer para o centro dos debates a intrincada rede de relações que sustenta esse mercado midiático em constante expansão, infinitamente diverso e extremamente relevante para a indústria do entretenimento de forma geral, principalmente quando levamos em conta o contexto transmidiático mais amplo onde tais obras surgem e como elas se relacionam com as produções para outros suportes.

Partindo dessas considerações iniciais, apresentamos, nesta primeira parte da pesquisa, uma discussão sobre a cultura de produção de jogos digitais na contemporaneidade. Esse percurso está dividido em dois momentos: primeiro, apresentamos o referencial teórico utilizado para chegar à nossa proposta de cultura de produção de videogames, partindo de alguns conceitos-chave – a saber: a noção de campo, de Pierre Bourdieu; as definições de encargos, diretrizes e relações de *troc*, introduzidas por Michael Baxandall; e a proposição do conceito de cultura de produção em si, tal qual apresentado por John T. Caldwell, bem como sua metodologia para uma análise cultural-industrial integrada. Tomando o método de Caldwell (2008), num segundo momento, analisamos e discutimos o caso específico da desenvolvedora de jogos Blizzard Entertainment. Aqui, optamos deliberadamente por escolher uma empresa de grande relevância dentro dessa indústria específica. A Blizzard é detentora de três franquias que são grandes pilares na história mais recente dos jogos digitais – *StarCraft*, *Diablo* e *World of Warcraft* – todas dedicando grande importância ao seu universo ficcional e midiático, atraindo uma legião de fãs e espalhando sua *lore* por uma série de diferentes mídias, como quadrinhos, livros, enciclopédias, curtas de animação, vídeos, entre outros. Também é uma empresa que tem se encontrado no centro de

várias discussões relacionadas a seus modelos de negócio e de relacionamento com o público, principalmente após sua fusão com a Activision e seu envolvimento em uma série de polêmicas. A trajetória da companhia, com seus erros e acertos, oferece um material riquíssimo para o tipo de discussão aqui proposta, justificando, dessa forma, a sua escolha.

### *1.1 - A sociologia do esporte de Bourdieu aplicada aos jogos digitais*

O sociólogo Pierre Bourdieu (2004), ao esboçar um programa para uma sociologia do esporte, acaba por oferecer uma valiosa porta de entrada para sua teoria de campo e sua exploração metodológica; além disso, esportes e jogos digitais compartilham ainda de muitas semelhanças essenciais, como o caráter competitivo e a variedade de modalidades, por exemplo. Dessa forma, recuperamos, inicialmente, algumas das contribuições do autor nesse tópico específico, aplicando-as, de maneira comparativa, à discussão sobre o campo de produção de jogos digitais e destacando alguns conceitos que nos serão úteis mais adiante, ao explorarmos a cultura de produção de videogames nos dias atuais.

Um dos primeiros aspectos discutidos por Bourdieu (2004) no texto citado diz respeito a uma alegada dificuldade para teorização do campo: de um lado haveria pessoas que conheceriam o esporte muito bem na prática, mas que não estariam aptas a falar sobre ele e, de outro, pessoas que não conhecem tão bem o esporte na prática e que poderiam falar dele e não o fazem, ou o fazem de maneira não adequada. Observando alguns dos estudos da área dos *game studies*, principalmente o de Linderoth (2015), que lida diretamente com os profissionais envolvidos na criação dos jogos digitais, percebe-se realidade semelhante: há muito espaço para o aprendizado a partir da prática profissional na indústria, mas pouca teorização por parte dos agentes aí envolvidos; enquanto, por outro lado, há muita discussão por parte daqueles que se dedicam a teorizar sobre tal campo, mas que o fazem a partir de uma perspectiva externa e que, muitas vezes, acaba por ignorar ou excluir parte considerável das dinâmicas internas do campo. Essa seria uma primeira justificativa, inclusive, para a escassez de literatura voltada especificamente para as práticas de produção, conforme apontado por Linderoth (2015).

Em seguida, Bourdieu (2004, p.208) destaca que “não se pode analisar um esporte em particular independentemente do conjunto das práticas esportivas”. Para o sociólogo, seria necessário pensar o espaço das práticas esportivas como um sistema no qual cada um dos elementos receberia seu valor distintivo – ou seja, para compreender um esporte, seria necessário reconhecer a posição que ele ocupa no espaço dos esportes e, em seguida, relacionar esse espaço de esportes com o espaço social que se manifesta nele. Dessa forma, o trabalho de um sociólogo consistiria em “estabelecer as propriedades socialmente pertinentes que fazem com que um esporte tenha afinidades com os interesses, gostos e preferências de uma determinada categoria social” (BOURDIEU, 2004, p.208). Tal configuração também pode ser replicada ao se observar a produção de jogos digitais lançados ano após ano: existem diferentes nichos de gênero e de público, para citar apenas alguns exemplos, de forma que uma análise mais aprofundada sobre um jogo específico certamente se beneficiaria de tal postura analítica: jogos como *Fifa* e *Pro Evolution Soccer* (simulações de futebol) são lançados todos os anos e movimentam uma fatia bastante específica de consumidores (fãs de futebol/esportes em geral), que anseia por atualizações, como inserção de novos jogadores, técnicos, uniformes de times, estádios, entre outros, e não se importam em pagar por novas versões do jogo anualmente, ainda que sua essência seja a mesma e a mudança se dê, majoritariamente, em termos puramente estéticos.

Por outro lado, existe, na contramão, o mercado dos jogos independentes ou artísticos, com orçamento bastante menor se comparado aos *blockbusters* do campo, mas que movimentam um nicho do público que anseia por inovações estéticas e criativas, com uma intensa valorização da experiência singular que pode ser oferecida pela obra. Jogos como *Journey*, *RiME*, *Cuphead* e *The Last Guardian* são exemplos nesse sentido. Dessa forma, não basta, por exemplo, colocar *Fifa* e *Journey* lado a lado, rotulá-los como jogos digitais e trata-los como um mesmo tipo de produto, porque, ainda que compartilhem características fundamentais, que fazem com que ambos possam ser reconhecidos como “videogames”, eles também possuem, no entanto, uma série de particularidades distintas entre si, que se manifestam desde sua concepção até sua chegada ao mercado e relacionam-se com o tipo de objetivo que motivou sua criação e comercialização, entre outras variáveis. Para Bourdieu (1992 *apud* WACQUANT, 2005), tal oposição é justificada pelo fato do campo de produção cultural se configurar como polo dominado do campo de poder, o que, por conseguinte, favorece uma batalha constante entre dois



princípios opostos de hierarquização, um autônomo (“arte pela arte” – no caso aqui citado como exemplo, os jogos *indie* ou artísticos) e um heterônimo (“arte burguesa” – jogos *blockbusters*, como os títulos anuais de futebol), no qual são favorecidos aqueles que se destacam no campo econômica e/ou politicamente.

Um terceiro ponto levantado por Bourdieu (2004, p.210) é que o espaço dos esportes não é um universo fechado sobre si; ele estaria inserido em um universo de práticas e consumos estruturados e constituídos como sistema – trata-se de um espaço relativamente autônomo, mas lugar de forças que não se aplicam somente a ele. No caso dos videogames, a relação com outras mídias é o exemplo mais evidente disso – há forte relação entre práticas / produtos / franquias / propriedades intelectuais / etc. que transitam entre as mais variadas formas e suportes e que estimulam umas às outras; a já citada relação do futebol com o lançamento de jogos anuais é um exemplo, mas há também outros jogos digitais, como *Just Dance*, simulação de dança que se alimenta de músicas que foram sucesso nas paradas musicais de determinado ano e as incorpora em suas atualizações, ou ainda jogos que adaptam e integram grandes franquias transmidiáticas de entretenimento (KINDER, 1991; JENKINS, 2006) às quais o público pode fruir das mais diversas formas (um exemplo marcante, nessa categoria, são os jogos da franquia *LEGO*). Ou seja, conforme pontuado por Bourdieu (2004, p.211), as práticas esportivas (ou o consumo de videogames, no nosso caso) podem ser descritas como resultantes da relação entre uma oferta e uma procura, ou “entre o espaço dos produtos oferecidos num dado momento e o espaço das disposições”.

Considerando o objetivo da presente pesquisa, destacamos a possibilidade de estudo da produção de jogos digitais partindo do conceito de *campo* de Bourdieu (2004). O campo artístico, tal qual proposto por esse autor, se organizaria como um local de encontro de forças, como uma rede de determinações objetivas que pesam sobre todos os que agem no seu interior. Por outro lado, também seria um campo de batalha, onde os participantes lutariam para preservar ou modificar critérios de avaliação e para alterar o peso relativo dos diferentes tipos de capital que dispõem. Acreditamos que seguir tal perspectiva e iniciar um movimento visando a mapear o campo da produção dos videogames, identificando agentes e instituições, posições e tomadas de posição, trajetória e *habitus* dos envolvidos, entre outros, pode contribuir para a compreensão das lógicas e das dinâmicas existentes no interior desse campo, bem como da sua relação com

outros campos e sua posição em um espaço social mais amplo. Procuramos dar um primeiro passo nessa direção conforme avançamos em nosso exercício de delimitar e descrever a cultura de produção de jogos digitais na atualidade.

## *1.2 - Encargos, diretrizes e as relações de troc manifestados por meio da intencionalidade dos criadores*

Após optarmos por explorar a cultura de produção de jogos digitais partindo da noção mais ampla de campo de Bourdieu (1992; 2004), o próximo movimento foi o de decidir a partir de que instância daríamos início a tal empreitada. Após avaliar algumas possibilidades, nos pareceu que o melhor caminho seria partir do principal elemento, aquele que estava mais evidente e materialmente apresentado/construído perante os agentes envolvidos nessa cadeia de relações: a obra acabada, ou, em outras palavras, o jogo digital, na forma em que é comercializado e que chega nas mãos de seus consumidores finais. É a partir da análise da obra que nos questionamos sobre quais fatores a levaram a ser construída de uma forma e não de outra, e é também por meio dessa observação que podemos começar a recuperar os rastros dos processos criativos que culminaram na criação do produto tal qual o conhecemos.

Observar uma obra de determinado período sempre será um exercício que trará em si um estranhamento, muitas vezes originado pela distância do olhar com que tal obra é percebida quando comparada à maneira como ela foi recebida no momento e local em que (e para qual) ela foi criada. Esse não é um desafio exclusivo da análise de produtos midiáticos; na verdade, essa também seria, para o historiador da arte Michael Baxandall, uma questão-chave relacionada à atividade de observar pinturas, por exemplo, uma vez que o problema diante da descrição ou interpretação dos motivos envolvidos na produção de um quadro, ou da intenção que orientou a sua produção, implicaria um redobrado cuidado ao tratar de algo situado muitas vezes em um passado distante.

Ao refletir cada vez mais sobre as dificuldades da tarefa do historiador, Baxandall escreve *Patterns of Intention*, em 1986. Nessa obra, o autor estuda os artistas como seres sociais, que estão inscritos em sistemas de referência cultural particulares, fazendo uma associação entre arte, sociedade e cultura. Baxandall afirma não ter a pretensão de dar

uma resposta definitiva à questão da análise dos quadros; pelo contrário, faz questão de ressaltar em vários momentos de sua produção a necessidade de uma certa “prudência” ao tentar decodificar uma obra em busca das intenções por trás de sua criação, alertando a respeito da impossibilidade de reconstruir um processo ou realizar a reconstituição histórica de um estado de espírito, dedicando-se, ao invés disso, a compreender as *condições de surgimento de um objeto*. Acreditamos que a tarefa à qual nos dedicamos na presente pesquisa tenha uma conotação semelhante e, por isso, tomamos parte das contribuições de Baxandall para auxiliar-nos nesse percurso.

Baxandall (2006) sistematizou um método de observação e análise das obras de arte, utilizando o que chamou de *crítica inferencial* para tentar reconstituir todas as circunstâncias que influenciaram o processo de criação artística, considerando a obra acabada como a solução encontrada pelo artista para um problema específico a ele destinado ou por ele definido. Segundo o autor, sempre que nos dispusermos a realizar qualquer afirmação sobre as causas de determinada obra, ou os motivos que a levaram a ser como é, devemos, antes de tudo, nos deter e investigar a natureza e o fundamento de tal afirmação. A solução encontrada por Baxandall (2006) para tal foi a aproximação do objeto por meio de uma *explicação ideográfica*, para a identificação e compreensão das singularidades em casos particulares, na qual interessaria descobrir, em primeiro lugar, *instrumentos de diferenciação*. Afinal, lida-se com objetos que foram produzidos de maneira intencional, e não apenas com o “subproduto documental de uma atividade”; logo, a tendência seria adotar uma forma de explicação que procura “compreender o produto final de um comportamento mediante a reconstrução do *objetivo* ou *intenção* nele contido” (BAXANDALL, 2006, p.47, grifo nosso). Para Baxandall,

[...] o pintor ou o autor de um artefato histórico qualquer se defronta com um problema cuja solução concreta e acabada é o objeto que ele nos apresenta. A fim de compreendê-lo, tentamos reconstruir ao mesmo tempo o *problema específico* que o autor queria resolver e as *circunstâncias específicas* que o levaram a produzir o objeto tal como é. Mas a reconstrução não refaz a experiência interna do autor; ela será sempre uma simplificação limitada ao que é conceitualizável, mesmo que opere numa estreita relação com o quadro em si, o que nos proporciona, entre outras coisas, modos de perceber e de sentir. Nossa atividade será sempre *relacional* – tratamos das relações entre um problema e sua solução, da relação entre o problema e a solução com o contexto que os cerca, da relação entre nossa interpretação e a descrição de um quadro, da relação entre uma descrição e um quadro (BAXANDALL, 2006, p.48, grifos nossos).

Para ilustrar suas propostas, o autor toma como ponto de partida a descrição e a discussão de um caso histórico, a construção de uma ponte sobre o Rio Forth, na Grã-Bretanha: tal obra foi planejada a partir de uma série de especificidades que influenciaram diretamente em sua versão final, construída e entregue pelos engenheiros responsáveis, John Fowler e Benjamin Baker. O exercício de Baxandall (2006, p.66-67), ao tomar para análise o caso da ponte do Rio Forth, é o de organizar as relações entre uma série de circunstâncias heterogêneas e uma forma complexa no processo de concepção de um projeto. Para isso, inicia fragmentando o *Encargo geral* e sucinto do engenheiro Benjamin Baker (fazer uma ponte) em uma série de *Diretrizes específicas* para tal trabalho, sendo que uma Diretriz, por sua vez, seria composta pelas “condições locais relacionadas com um caso específico”. Seria necessário, ainda, distinguir entre os termos que se referem à Diretriz e os termos que se referem às circunstâncias que cercam essa atividade: existiria a necessidade de solucionar um problema objetivo considerando certas situações impostas por outros fatos que afetam tanto a percepção do problema quanto da solução; tais fatos seriam de “natureza cultural”:

Quem ou o que fez a escolha? [...] Parece ter sido uma decisão individual de Benjamin Baker. [...] E foi essa bagagem cultural que deu a Baker a capacidade técnica e as predisposições que o levaram a abordar o seu Encargo, sua diretriz e recursos de determinada maneira. Contudo, foi Baker quem decidiu entre uma coisa e outra, e foi ele quem fundiu tudo isso numa forma. O que se sabe sobre Baker como indivíduo? (BAXANDALL, 2006, p.68-69).

Um ponto de partida para responder tal questão seria encontrado não considerando apenas a ponte do Rio Forth em si, mas estabelecendo uma *relação triangular* entre a ponte, uma tarefa ou problema objetivo e um conjunto de possibilidades culturalmente determinadas; a intenção de Baker apareceria, então, sob a forma desse triângulo (BAXANDALL, 2006, p. 69). Baxandall parte da ideia de que é possível explicar objetos históricos tratando-os como *soluções a problemas que aparecem em situações específicas*, reconstruindo uma lógica entre esses três termos. No caso Forth, a análise teve como partida a hipótese de que a ponte (objeto de interesse) foi construída como “solução concreta para um problema”; tal problema era constituído de um Encargo e Diretrizes específicos aos quais aquela ponte foi a resposta encontrada por Baker.

A partir desses elementos preliminares, Baxandall finalmente se dedica a tratar da questão da *intenção*. A primeira preocupação do autor é a de se distanciar de uma definição do termo que faça referência a um estado psicológico ou mental do autor/artista

a partir do qual, caso esse fosse conhecido, se pudesse interpretar suas obras. Baxandall pensa antes em uma espécie de condição geral para toda e qualquer ação humana racional, à qual chama de *intencionalidade*. A hipótese aqui é a de que todo ator ou objeto histórico tem um propósito, um intento, uma qualidade intencional. A intencionalidade caracterizaria tanto o ator quanto o objeto, e a intenção não seria um “estado de espírito reconstruído” e sim “uma relação entre o objeto e suas circunstâncias” (BAXANDALL, 2006, p. 81).

Voltando à pintura, Baxandall (2006) sinaliza que sempre haverá uma dimensão histórica e crítica nas Diretrizes seguidas por um pintor, sendo possível dizer que os termos específicos utilizados por ele para definir o seu problema pictórico são construídos a partir de uma visão muito particular da pintura. Assim, a marca da individualidade de um pintor dependeria muito de sua percepção particular das circunstâncias com as quais está lidando ao realizar sua obra, o que tornaria a definição exata de uma Diretriz sempre um ato muito pessoal do artista. Tomando Picasso como exemplo, Baxandall indica que o pintor tinha uma liberdade considerável ao selecionar os elementos de seu problema e os organizar em um conjunto de Diretrizes a serem seguidas; no entanto, mesmo que Picasso tenha ele mesmo construído sua Diretriz, ainda assim o fez como “um ser social inserido em determinadas circunstâncias culturais” (BAXANDALL, 2006, p.86-87).

Logo, Baxandall conclui que não podemos desconsiderar o cenário social e cultural no qual o criador está inserido – esse movimento é bastante similar à noção de campo de Bourdieu (1992; 2004), apresentada anteriormente. Partindo desse princípio, Baxandall retoma o conceito de *mercado*, pelo qual indica-se a existência de um contato entre produtores e consumidores de determinado bem, sobre o qual realizam uma permuta. Nesse contato, ambos os envolvidos possuem liberdade de escolhas, e isso acaba resultando em um certo grau de competição entre produtores e consumidores. No caso específico da relação entre pintores e a cultura, a moeda de troca seria ainda muito mais diversificada do que o dinheiro em si; e, para abordar esse sistema mais complexo de relações, Baxandall (2006, p. 89) recorre ao conceito de *troc*. *Troc* indicaria uma forma de relação em que duas classes de pessoas, pertencentes a uma mesma cultura, estariam livres para fazer escolhas em um processo de permuta, sendo que qualquer escolha teria influência nesse universo da permuta e também em todos os participantes, por consequência. Apesar de aparentemente simples, em certos casos particulares a relação

de *troc* estaria inserida em instituições reais de mercado muito mais complexas – as formas de tais instituições fariam parte das Diretrizes do artista, uma vez que conteriam muitos pressupostos latentes sobre o que é a pintura.

Outro aspecto a ser também considerado na análise de uma obra é a ideia de *processo*. Pintar um quadro, indica Baxandall (2006, p. 106-107), tende a ser “um processo de contínuo desenvolvimento no curso de revisões e correções”. Durante o processo de pintura, cada nova pincelada modifica o efeito produzido pelas anteriores, de forma que a cada novo gesto o pintor se depara com uma nova situação. Por consequência, não teríamos uma única intenção, mas uma “sequência de inumeráveis momentos de desenvolvimento” de tal intenção. Apesar da provável impossibilidade de se reconstruir um processo em particular, uma hipótese geral do processo pode ser fator determinante na análise da intenção que motivou determinada obra:

O estudo da intenção prospectiva do quadro – no caso de um pintor que trata de diversas ordens de problemas – e o olhar retrospectivo a partir do que foi “terminado” implicam, em cada polo, uma visão em escorço do fluxo intencional. Esses dois pontos de vista sobre a obra põem em destaque o processo (...). Cada pincelada tem uma intenção, no sentido de que foi feita por um pintor cujas capacidades e aptidões se desenvolveram durante o exercício de uma atividade intencional (BAXANDALL, 2006, p.111).

Em síntese, o que Baxandall (2006) propõe é que, ao falarmos da intenção de um quadro, não estaríamos descrevendo acontecimentos da mente de um artista, mas sim a *relação* desse quadro com o contexto no qual foi produzido, pressupondo que seu autor agiu *intencionalmente*. Esse autor, a partir de um *Encargo geral* de produzir um objeto com interesse visual intencional, cria, individualmente, uma *Diretriz específica*, podendo compreender nela uma relação crítica com uma produção anterior. Essa Diretriz, apesar de individual e criada pelo próprio ator, é feita por ele enquanto *ser social*, inserido em um contexto cultural específico; logo, para fins de uma crítica inferencial, a análise da relação do pintor com essa dada cultura pode ser feita por meio de um *modelo de permuta* ou de *troc*, com influências de formas e demandas provenientes do *mercado*. Tanto o *troc* quanto o mercado permitem certa margem de escolha ao artista, que age de forma recíproca sobre sua cultura. O problema complexo de produzir uma boa pintura se transformaria, então, numa “atividade de *permanente redefinição e reformulação de sua problemática*, a partir do momento em que o pintor inicia o processo de pintar” (BAXANDALL, 2006, p.118-119, grifo nosso).

Trazendo as contribuições de Baxandall (2006) para o cenário de produção de jogos digitais, nosso exercício, descrito mais adiante, foi o de identificar as diferentes diretrizes adotadas pela Blizzard Entertainment ao longo de sua trajetória, a partir de um encargo geral de se estabelecer como referência dentro da indústria dos *games*. Destacamos, nesse percurso, as relações de *troc* vivenciadas pela companhia dentro do campo de produção de jogos digitais e a conseqüente manifestação de cada uma de suas diretrizes ao longo do processo de criação de suas obras, em especial o jogo *Hearthstone*. Tal percurso foi realizado tomando a metodologia para uma análise cultural-industrial integrada de Caldwell (2008), descrita a seguir.

### 1.3 - Caldwell e os estudos sobre a cultura de produção

Tendo levantado questões inerentes à 1) organização do campo de produção de jogos digitais (BOURDIEU, 1992; 2004) e 2) definição de encargos, diretrizes e a relação de *troc* (BAXANDALL, 2006), faz-se necessário, ainda, 3) observar como os profissionais envolvidos nesses processos criativos se organizam e lidam com os aspectos anteriores. A respeito desse último item, destacam-se as contribuições de John T. Caldwell (2008). Caldwell é um cineasta e estudioso da mídia que tem se dedicado às pesquisas relacionadas à cultura de produção para cinema e televisão nos Estados Unidos, mais especificamente em Los Angeles, Califórnia, um dos grandes polos daquele país nessa área. Ao longo de sua carreira como pesquisador, o autor realizou um trabalho de campo minucioso, com duração de 10 anos, registrado na obra *Production Culture* (2008).

Uma das primeiras ressalvas feitas por Caldwell (2008) em relação a esse tipo de estudo se deve ao fato de o trabalho de campo nessa área ser bastante complicado, principalmente por conta de o cinema e a televisão refletirem de forma obsessiva sobre si mesmos e investirem uma energia considerável na produção e distribuição de material de autoanálise de suas práticas industriais ao público – em outras palavras, tratam-se dos outrora secundários materiais de bastidores e *de making-off* que, hoje, já ganharam lugar exclusivo dentre os produtos direcionados ao *fandom* e ao público em geral de determinada obra. Para Caldwell (2008), essa “reflexividade industrial” precisa ser entendida, também, como forma de negociação e expressão cultural local das

comunidades de produção; e, mais do que desconsiderar ou não esse tipo de material, dever-se-ia, ao invés disso, apoiar a análise também em outras instâncias que, quando combinadas, com suas concordâncias e contradições, permitiriam uma leitura mais aprofundada das práticas dos profissionais da área e do cenário onde elas ocorrem.

Com esse intuito, o autor apresenta uma metodologia própria para lidar com as complexas relações existentes no âmbito da produção midiática para cinema e TV, à qual chama de *análise cultural-industrial integrada*. Para tal, de forma sucinta, Caldwell (2008) propõe que sejam examinados os dados de quatro registros ou modos de análise, a saber: 1) análise textual de artefatos comerciais e/ou dos profissionais envolvidos; 2) entrevistas com os profissionais; 3) observação de campo etnográfica dos espaços de produção e das reuniões dos profissionais; e 4) análise econômica/industrial. Tais dados seriam sempre tensionados e colocados em diálogo uns com os outros, em um método de verificação cruzada, a fim de revelar consonâncias e dissonâncias entre os variados discursos acerca das práticas de produção e se obter, dessa forma, uma visão mais completa do fenômeno estudado. O autor acredita que tal metodologia, embora maior do que o conjunto de ferramentas tradicional empregado em análises textuais ou estilísticas, ainda se encaixe dentro de uma tradição crítica de estudos de filmes e de mídia; e afirma que sua proposta é menos sobre encontrar uma realidade “autêntica” supostamente existente por trás das cenas – “uma noção empírica que tende a ser ingênua sobre as formas em que as realidades da indústria de mídia são sempre construídas” – do que sobre estudar a própria indústria e suas respectivas representações, autocrítica e autorreflexão (CALDWELL, 2008, pp.04-05, tradução nossa).

Outro dos aspectos levantados por Caldwell (2008), que também é de fundamental importância quando se pensa na produção de jogos digitais, é o relacionado às reflexões dos profissionais da área. Para o autor, embora os críticos raramente reconheçam os trabalhadores da área de cinema e TV como teóricos ou etnógrafos, tais agentes de fato produzem relatos “autoetnográficos” e desdobram diariamente as chamadas “práticas industriais críticas”. Caldwell (2008, p.05) define essas práticas industriais críticas dividindo o conceito em três esferas: uma *dimensão crítica*, envolvendo métodos e convenções comerciais e seus esquemas interpretativos, posteriormente implantados em contextos e relacionamentos institucionais específicos que, juntos, comporiam uma segunda dimensão, o *ambiente industrial*, onde tais atividades se manifestariam durante



as tarefas técnicas de produção ou interações profissionais, as quais constituiriam, por fim, a terceira dimensão, relacionada ao *trabalho* e à *prática*. Para Caldwell, as práticas industriais críticas, abordadas dessa maneira, incluiriam, por exemplo,

[...] os paradigmas de enquadramento gerais que escritores e produtores usam para conceituar e desenvolver conteúdo de tela para cinema e televisão (teoria estética industrial). A rubrica também faz referência a formas incrementais de análise que diretores e editores colocam e desdobram ao longo do tempo durante o processo de produção ou pós-produção (análise crítica como gerenciamento de produção). A prática industrial crítica também informa e governa os mundos do trabalho de produção, como os dos grupos de [operadores de] câmeras [ etc.] [...] (CALDWELL, 2008, pp 05-07, tradução nossa).

Dessa forma, Caldwell (2008, p.07) sinaliza que os estudiosos devem olhar para além de uma divisão padrão entre a “teoria do filme” e “o trabalho de criação do filme” e passar a considerar, também, como as práticas, tecnologias, discursos e interações industriais no cinema envolvem ainda análises críticas, elaboração teórica e elaboração de sentido estético. Assim, o autor propõe um estudo cultural tanto da teoria industrial do filme/TV (uma atividade cognitiva social) quanto da produção (uma prática cultural). Para Caldwell (2008), estudar tais quadros interpretativos “nativos” das culturas dos profissionais de produção poderia fornecer, por exemplo, informações específicas sobre como cineastas individuais tomam suas decisões estéticas, colocam ideias em prática e fazem distinções críticas em suas tarefas e mundos de trabalho. No entanto, entender os testemunhos dos profissionais de produção como geradores de sentido cultural, ou como autoetnografia, requereria, ainda, considerar de forma mais cuidadosa e abrangente as práticas, expressões e autorrepresentações dos produtores, membros da equipe e técnicos, de forma a compreender os relatos reflexivos desses trabalhadores como autorretratos ricos, codificados e culturais.

Um dos exemplos de como tal abordagem proposta por Caldwell (2008) pode vir a ser produtiva no que diz respeito aos estudos no campo da produção de videogames se dá com o trabalho de Jonas Linderöth (2015), sobre a criação de histórias para jogos digitais. Ainda que Linderöth (2015) não faça menção direta à metodologia desenvolvida por Caldwell, acaba desenvolvendo, em seu trabalho, um percurso bastante similar, que também se vale do diálogo com os profissionais da área, de teor autoetnográfico, permitindo, assim, teorizar sobre as lógicas de produção do campo a partir dos testemunhos dos agentes sociais diretamente envolvidos em tais práticas.

Como parte das conclusões de sua pesquisa, Linderoth (2015, p. 292) indica que os desenvolvedores de jogos apresentam, de fato, uma habilidade particular quando falam sobre videogames, que está relacionada a dirigir as emoções dos jogadores, apoiando o seu envolvimento nos diferentes quadros apresentados ao longo das obras. O autor chama tal habilidade de *orquestração de frames*, que seria a capacidade de projetar experiências, fazendo com que os jogadores ora se envolvam com atividades bastante diferentes ao mesmo tempo, ou em sequência, para que, justapostas, ofereçam uma emoção determinada, ora embarquem em uma trajetória emocional deliberadamente planejada a priori; tal habilidade possivelmente não seria única dos *game developers*, uma vez que existem muitos outros produtos culturais que possuem a mesma dinâmica, como, por exemplo, a música, que tem letra e melodia; o cinema que tem a montagem de quadros, com faixas visuais e sonoras; os parques temáticos, que possuem movimento e cenário, entre outros. Para Linderoth (2015), os resultados de seu trabalho mostram que os desenvolvedores de videogames se esforçam para encontrar um equilíbrio entre as diferentes partes de um jogo, orquestrando as estruturas com os quais o jogador se envolve; dessa forma, os quadros seriam cuidadosamente planejados para aprimorar e orientar as emoções dos jogadores. As entrevistas realizadas sugerem que essas habilidades são principalmente tácitas, uma vez que tais profissionais não possuem conceitos definidos para se referir a elas, ainda que tenham consciência de sua existência e importância na prática profissional no campo.

Adotando a proposta metodológica de Caldwell (2008), de uma análise cultural-industrial integrada, os resultados obtidos por Linderoth (2015), a partir do contato com os profissionais da área, mencionados aqui brevemente, poderiam, por exemplo, em um momento posterior da pesquisa, serem tensionados, ainda, com a análise dos materiais comerciais e/ou de divulgação produzidos pelos estúdios a qual os entrevistados pertencem, a fim de verificar como tais empresas falam “oficialmente” sobre si e suas práticas de produção; também com uma análise econômica e industrial do cenário em que tais estúdios se inserem, destacando sua posição e valor no mercado; e, igualmente, com uma observação em campo direta, nos locais nos quais tais profissionais atuam, de teor etnográfico, permitindo ao pesquisador presenciar, por si mesmo, as dinâmicas de produção que possam, eventualmente, escapar tanto dos materiais oficiais quanto dos relatos dos agentes envolvidos.

Acreditamos que, a partir da execução de tal metodologia, e considerando as teorias de campo artístico e padrões de intenção, discutidas anteriormente, seja possível realizar uma análise mais completa sobre as práticas de produção na indústria dos videogames. O trabalho de Linderoth (2015) deu um primeiro passo fundamental nessa direção, ao tirar os profissionais da sombra e trazer os depoimentos deles sobre suas práticas cotidianas para o centro das discussões. Nosso objetivo, agora, com o estudo do caso da trajetória da Blizzard Entertainment, apresentado a seguir, é dar um segundo passo, relacionando esse mesmo tipo de depoimento autoetnográfico dos profissionais da área com outros tipos de registro, contribuindo, dessa forma, para um melhor entendimento do que seria a cultura de produção de jogos digitais na contemporaneidade.

## **2. Diretrizes para a produção de jogos digitais na trajetória da Blizzard Entertainment**

Tendo definido e apresentado os referenciais teóricos e a metodologia que guiaram essa investigação, apresentamos, a seguir, o estudo de caso da trajetória da empresa desenvolvedora de jogos digitais Blizzard Entertainment. Para a realização dessa análise, partimos do já mencionado método para uma análise cultural-industrial integrada (CALDWELL, 2008) e utilizamos os seguintes registros<sup>22</sup>:

1) análise textual de artefatos comerciais produzidos pela empresa: nessa categoria, entraram os textos oficiais divulgados ao público pela própria desenvolvedora, presentes no *site*, *blogs* e canais oficiais da Blizzard no *YouTube* e *Twitch*<sup>23</sup>;

2) entrevistas com os profissionais: os materiais dessa categoria foram compostos por entrevistas concedidas pelos membros do time de desenvolvedores da Blizzard à mídia especializada<sup>24</sup>, bem como seus testemunhos individuais postados em perfis de redes sociais (especificamente *Twitter* e *Reddit*) em modo público;

---

<sup>22</sup> Apesar de terem sido consultados materiais de todas as categorias, nem todos eles foram citados diretamente no texto final desta pesquisa, tendo sido priorizados os mais relevantes e que sintetizavam os dados encontrados em mais de uma fonte.

<sup>23</sup> *Twitch* é uma plataforma de *streaming* focada na transmissão de conteúdo de jogos digitais, como *gameplays* e competições de eSports, por exemplo. Acessível em: <https://www.twitch.tv>

<sup>24</sup> No texto final do trabalho, foram reproduzidos trechos de entrevistas concedidas ao longo da trajetória da empresa para alguns dos mais importantes veículos especializados na cobertura jornalística da indústria

3) observação dos espaços de produção: foram tomados como fonte vídeos disponibilizados pela própria empresa, apresentando suas instalações na Califórnia, Estados Unidos, bem como registros feitos por jornalistas especializados ao visitarem os estúdios da companhia<sup>25</sup>;

4) análise econômica: para essa categoria, consideramos os relatórios oficiais das movimentações financeiras e dos lucros obtidos pela empresa com o lançamento de seus jogos, divulgados anualmente pela mídia especializada.

Antes de procedermos à análise do caso em si, cabe ressaltar algumas delimitações do escopo desse exercício. Em primeiro lugar, destacamos que a Blizzard é uma companhia que existe há quase 30 anos<sup>26</sup>, tendo atuado em uma grande quantidade de projetos, de forma que foi necessário limitar nossa incursão em sua história devido à extensão do currículo e da atuação da empresa. Nesta pesquisa, estamos particularmente interessados no modelo adotado pela companhia na concepção do jogo *Hearthstone* (lançado oficialmente em 2014), principalmente no que diz respeito às estratégias para a inclusão de elementos narrativos e para a expansão do universo ficcional ao qual o título pertence. Dessa forma, ao contarmos a história da Blizzard, destacamos, deliberadamente, os principais pontos na evolução da empresa nesse período (1991-2014) que foram definidores das diretrizes que acabariam culminando na criação de *Hearthstone* da maneira como ele foi desenvolvido. Também incluímos na discussão alguns acontecimentos posteriores ao lançamento do jogo (mudanças na equipe, no modelo de negócios e no gerenciamento de crises), que se converteram em novas diretrizes conforme o título era atualizado e novas expansões eram lançadas (2014-2019). O objetivo principal, ao fazer esse recorte, foi o de não apenas entender as condições em que o jogo foi concebido, mas, também, observar as mudanças que ele sofreu ao longo de seus cinco anos de existência e que resultaram nas escolhas tomadas pela companhia ao executar o

---

dos videogames. A respeito desse material, enfatizamos que o papel desempenhado pelos pesquisadores foi unicamente o de selecionar, traduzir, editar e organizar cronologicamente os dados que melhor se adequavam ao relato historiográfico proposto por esta pesquisa. Todo o crédito pelo trabalho jornalístico desempenhado na condução dessas entrevistas e na produção das reportagens originais pertence aos seus respectivos autores, mencionados ao final da tese, na seção destinada às referências bibliográficas.

<sup>25</sup> Um exemplo desse tipo de vídeo, produzido pelo IGN: <https://www.ign.com/videos/2019/09/17/a-journey-through-hearthstones-history> (último acesso em 01/11/2019).

<sup>26</sup> A empresa foi fundada no ano de 1991 e recebeu o nome Blizzard Entertainment em 1994. Fonte: <https://www.blizzard.com/pt-br/company/about/profile.html> (última consulta em 31/10/2019).

projeto narrativo do “Ano do Dragão”, realizado entre abril de 2019 e abril de 2020 (discutido de maneira mais detalhada no terceiro capítulo da tese).

Reforçamos o uso da crítica inferencial, tal qual proposta por Baxandall (2006), de forma que, sempre que inferimos que determinada escolha tomada pelo estúdio muito provavelmente constituía uma diretriz, a sintetizamos na forma de uma oração e a destacamos no corpo do texto, atribuindo um número a cada uma delas, conforme foram aparecendo. Essas diretrizes foram selecionadas a partir do olhar e do julgamento dos pesquisadores, o que não significa que elas tenham, necessariamente, sido adotadas pela equipe da Blizzard conscientemente ou exatamente da forma em que as redigimos aqui. Tampouco significa que elas foram as únicas diretrizes que guiaram a atuação da empresa no período analisado; apenas mencionamos as que mais se destacaram ao recuperarmos o histórico da companhia por meio dos diferentes registros consultados e que nos auxiliaram na compreensão dos processos criativos que resultaram no jogo *Hearthstone*.

Quanto à formatação do texto em si, devido ao caráter autoetnográfico presente graças à inclusão dos depoimentos dos profissionais, optamos por seguir a linha do tempo da existência da Blizzard e ir mesclando os quatro tipos de registros, descritos anteriormente, conforme a história da empresa fosse contada, de maneira orgânica, incluindo as falas dos desenvolvedores justapostas aos demais dados ao longo do texto. Temos consciência de que, ao fazer essa escolha, possivelmente tenhamos nos afastado, durante a porção de análise deste capítulo, do estilo mais usual em produções acadêmicas e nos aproximado mais dos moldes de um texto jornalístico ou biográfico<sup>27</sup>, mas acreditamos que, ao reproduzir a história da Blizzard dessa forma, como se ela estivesse sendo contada pelos seus próprios funcionários, conseguimos captar melhor as nuances e o fator humano envolvido nessa trajetória, que foi fundamental para a definição de muitas das diretrizes da empresa, conforme mostramos a seguir. Também optamos por primeiro fazer o registro da trajetória da companhia, apenas destacando as diretrizes, para, apenas depois, discutir o conjunto de diretrizes como um todo, à luz do referencial teórico

---

<sup>27</sup> Em relação às referências dos veículos onde o material consultado foi publicado originalmente, optamos, deliberadamente, por mencionar no corpo do texto o nome do veículo e o ano da publicação, pelo fato de parte considerável dessas fontes assinar os materiais coletivamente, como uma empresa, e não mencionar o(s) nome(s) do(s) jornalista(s) que atuaram especificamente na elaboração de cada um dos materiais consultados. Não apenas por isso, também tivemos a intenção de enfatizar a importância da atuação da mídia especializada no registro e na divulgação das relações de *troc* que se dão no campo de produção de jogos digitais contemporâneo. Os nomes dos jornalistas responsáveis, no caso em que estavam disponíveis, são mencionados ao final da tese, em seção específica para as referências jornalísticas.

escolhido, e tecer considerações sobre a cultura de produção de videogames a partir do caso selecionado.

Ressaltamos, por fim, que, apesar de termos investigado a história da empresa em busca das diretrizes que guiaram seus processos criativos, e de utilizarmos esses dados posteriormente, como base para as discussões presentes nas partes seguintes desta tese, o registro da história da Blizzard em si também é uma das contribuições pretendidas com este trabalho. Acreditamos que relatos historiográficos, como os apresentados nessa seção, sejam fundamentais para a consolidação das pesquisas na área dos *game studies*, servindo de referência para estudos futuros ao mesmo tempo em que preservam a história de agentes que tiveram – e ainda tem – fundamental importância para o desenvolvimento da indústria dos jogos digitais da maneira em que a conhecemos atualmente.

### 2.1 – Os primeiros anos (1991-1994)

Convidado pela Polygon (2014) para comentar sobre a trajetória de sucesso da Blizzard Entertainment desde sua fundação, Chris Metzen afirma: “*World of Warcraft* transformou tudo”. A princípio, tal declaração, emitida por um dos líderes da empresa naquela época, pode soar pretensiosa, mas, se observarmos com atenção as movimentações que se deram na indústria de jogos digitais a partir do lançamento do referido jogo, percebemos que Metzen não está tão distante da realidade. Se considerarmos a influência desse título pelo ponto de vista de um jogador, é quase certo que algum dos jogos que ele tenha jogado nos últimos anos possua elementos emprestados diretamente de *World of Warcraft*. Se, ao invés disso, considerarmos o ponto de vista de um criador de jogos, também há uma boa chance de que esse profissional, ou talvez alguém com quem ele trabalhe, jogou ou tenha sido inspirado pelo gigantesco *game multiplayer* da Blizzard. Tal qual sinalizado em reportagem especial sobre a história da companhia publicada pela Polygon (2014), mesmo para aqueles que não se importam com jogos digitais, é inegável o quanto o título se tornou uma grande referência cultural, sendo mencionado por celebridades e estrelas do esporte<sup>28</sup>, tendo um icônico episódio de *South*

---

<sup>28</sup> Para uma lista com alguns desses nomes, veja: <https://www.ranker.com/list/top-celebrities-that-play-wow-world-of-warcraft/misterbo> (última consulta em 31/10/2019).

*Park*, vencedor do Emmy, dedicado exclusivamente a si<sup>29</sup> e possuindo até mesmo um longa-metragem construído tomando como base o seu universo ficcional<sup>30</sup>.

Chris Metzen ocupou o cargo de vice-presidente sênior de desenvolvimento de histórias e franquias da Blizzard até setembro de 2016, quando se aposentou. Metzen permaneceu no estúdio por 23 anos, quase desde o seu início. Ele viu a Blizzard se transformar e crescer, partindo de um começo humilde até se tornar uma empresa gigante com mais de 9.900 funcionários em todo o mundo<sup>31</sup>. Nessa seção, recuperamos a trajetória da companhia a partir de alguns trechos de depoimentos de Metzen e de seus colegas de estúdio à mídia especializada, combinados com dados oficiais, presentes nos *sites* da companhia e na cobertura jornalística ao longo da trajetória da empresa.

O processo que transformou a Blizzard Entertainment em uma gigante da indústria dos *games* começou muitos anos antes de *World of Warcraft* ser sequer cogitado. O CEO e cofundador da Blizzard, Mike Morhaime, contratou Chris Metzen em 1994, pouco mais de dois anos após o início das atividades do estúdio. A empresa havia sido originalmente batizada de Silicon & Synapse e, na ocasião da contratação de Metzen, estava operando temporariamente sob o nome de Chaos Studios. Conforme mencionado em entrevista ao Polygon (2014), Metzen tinha apenas 19 anos quando ingressou no estúdio e se descreveu como sendo, naquela época, “um garoto idiota com algum potencial”, que “adorava desenhar e inventar coisas”. Ele completa: “sendo sincero, quando eu era jovem e fui contratado [pelo que viria a ser a Blizzard], nunca havia imaginado trabalhar na indústria de videogames”. O fator que originalmente atraiu Metzen para a área dos jogos digitais foi o seu interesse pelo exercício de uma “criatividade ilimitada”, que estaria em exibição no cenário de produção de jogos digitais daquela época: “no início e meados dos anos 90, [...] havia todo tipo de coisa [sendo feita]. Não havia categorias amplas determinando quais tipos de jogos seriam bem-sucedidos. Era apenas loucura” (POLYGON, 2014, tradução nossa). Metzen cita a LucasArts como uma de suas companhias favoritas naquele período, justamente por sua variedade e criatividade em seu catálogo de jogos

---

<sup>29</sup> Para mais informações sobre o episódio, veja: <https://screenrant.com/south-park-make-love-not-warcraft-details/> (última consulta em 31/10/2019).

<sup>30</sup> Para mais informações sobre o filme, veja: <https://www.imdb.com/title/tt0803096/> (última consulta em 31/10/2019).

<sup>31</sup> Dados de 2018, já considerando a fusão com a Activision.

Dos três fundadores originais da Blizzard Entertainment, dois deles permaneceram completamente envolvidos com o empreendimento original até muito recentemente, uma prova do poder de retenção da empresa. Allen Adham, Frank Pearce e Mike Morhaime fundaram a empresa Silicon & Synapse em fevereiro de 1991, logo após se formarem na UCLA, onde Adham estudou ciência da computação, tendo trabalhado anteriormente em codificação de jogos com a Interplay, a Datasoft e a Software Toolworks. Enquanto Pearce e Morhaime permaneceram integralmente na companhia, Adham se desligou da Blizzard no ano de 2004 e retornou apenas em 2016, sendo atualmente membro da equipe de liderança executiva. Já seus dois colegas optaram por se aposentar após mais de 20 anos trabalhando na desenvolvedora – Morhaime se aposentou do cargo de CEO em 2018 e Pearce do cargo de chefe de desenvolvimento em 2019 (IGN, 2016).

Os primeiros projetos da empresa foram todos de portabilidade de jogos de uma plataforma para outra, uma maneira fácil que os fundadores encontraram para se sentirem confortáveis com técnicas de codificação e *design* de arte utilizadas na época. A versão de *Battle Chess* para Windows e Commodore 64 foi um dos primeiros trabalhos da Blizzard. Outros projetos de portabilidade desse período incluíram *Lord of the Rings* para o Amiga e *Shanghai* para o Windows (PC GAMER, 2016).

Em 1992, a Blizzard (ainda conhecida como Silicon & Synapse) lançou um *remake* de *Racing Destruction Set*, chamado *RPM Racing*, para o console Super Nintendo Entertainment (SNES). O título serviu de base para o que seria um dos primeiros projetos originais da empresa, *Rock & Roll Racing*, lançado no ano seguinte. Ainda naquele ano, o estúdio lançou *The Lost Vikings*, também para SNES. *The Lost Vikings* combinou uma abordagem cômica com uma jogabilidade instigante, que propunha que os jogadores alternassem entre três personagens diferentes para resolver quebra-cabeças de plataformas – chamamos atenção aqui para a primeira incursão do grupo rumo a uma identidade audiovisual bem-humorada, que se solidificaria como uma das marcas de estilo do estúdio em trabalhos futuros. Já *Rock & Roll Racing* se tornou mais conhecido por incluir no jogo versões instrumentais licenciadas de músicas de rock clássico, figurando, entre elas, *Bad to the Bone*, de George Thorogood (IGN, 2016).

Acho que aprendemos algumas lições importantes de *design* que se tornaram parte da cultura da Blizzard agora. Todos na empresa jogaram *The Lost Vikings* repetidamente para ajudar a testá-lo e aperfeiçoá-lo. Vimos o enorme impacto que essa atenção aos detalhes teve no desenvolvimento do jogo.



Também aprendemos que as pessoas que programam e projetam um jogo não são os melhores juízes de quão difícil é jogá-lo; elas conhecem o jogo muito bem. Tivemos que trazer novas pessoas constantemente e vê-las jogar, especialmente nos níveis iniciais, para garantir que eles não fossem muito difíceis. O trabalho com os vikings nos ajudou a lembrar o cenário geral: que um jogo, antes de tudo, deve ser divertido de se jogar (...), que deve passar uma sensação agradável e ter uma boa aparência. *The Lost Vikings* também foi nossa primeira tentativa de adicionar um pouco de humor a um jogo. Queríamos que cada viking tivesse algum charme, então criamos animações engraçadas e diálogos interessantes para dar a cada personagem sua personalidade única. [Posteriormente], quando *Warcraft II* surgiu, já tínhamos refinado o conceito um pouco mais, mas as primeiras tentativas de humor da Blizzard começaram com *The Lost Vikings* – Mike Morhaine, em entrevista (PC GAMER, 2016, tradução nossa).

Em resumo, partindo de um Encargo Geral (BAXANDALL, 2006) de se estabelecer no cenário de produção de videogames, ao longo de seus primeiros anos, a Blizzard demonstrou uma vontade de pular entre ideias diferentes e não se ater a um único estilo de jogo. A transição de jogos de corrida para jogos de plataforma foi apenas o início dessa diversificação do catálogo, já que, futuramente, a empresa ainda lançaria um título de ação/plataforma/estratégia (*Blackthorne*) e finalmente chegaria ao RPG com o vindouro lançamento de *Diablo*, alguns anos depois. Essa liberdade de explorar ideias em todos os gêneros de jogos e contar histórias por meio de seus títulos acabou atraindo Metzen de uma maneira muito mais forte do que ele esperava (POLYGON, 2014). Essa dinâmica, juntamente com um conjunto de oito valores definidos pelos fundadores<sup>32</sup>, ajudou a construir uma identidade para a empresa, que se manteve muito forte ao longo de toda sua história e pode ser verificada ainda hoje. Podemos dizer, por consequência, que, nesse período, foram definidas as primeiras diretrizes da empresa:

**Diretriz I:** *Criar um catálogo variado, sem se ater a um gênero de jogo específico;*

**Diretriz II:** *Manter-se fiel aos oito valores fundamentais da companhia;*

Outro dos fatores que, segundo Metzen, também o fez se apaixonar pelo estúdio, foi a relação de amizade existente entre os membros da equipe. Metzen revela ter se apegado ao grupo unido de cerca de 25 pessoas que compunham a Blizzard daquele período. Ele os chama de família e descreve com carinho as memórias dos mais de 20

---

<sup>32</sup> Os oito valores fundamentais da Blizzard são: 1) jogabilidade em primeiro lugar; 2) compromisso com a qualidade; 3) jogar bem e jogar limpo; 4) abraçar o seu nerd interior; 5) todas as vozes importam; 6) pensar globalmente; 7) liderar com responsabilidade; e 8) aprender e crescer. Uma descrição mais detalhada desses valores pode ser encontrada no site oficial da empresa: <https://www.blizzard.com/en-us/company/about/mission.html> (último acesso em 31/10/2019).

anos que passou “crescendo como desenvolvedor”: a pressa de lançar cada novo jogo, as lutas e as vitórias, mas, também, os laços diários que foram construídos. Como exemplo, Metzen cita as inúmeras vezes em que a equipe ficava trancada no escritório até tarde da noite, não porque seus membros estavam com um prazo apertado para cumprir, mas, simplesmente, porque estavam jogando *Magic: The Gathering* juntos e não queriam parar (POLYGON, 2014).

Quando éramos uma empresa muito mais jovem e menor, os laços que se desenvolviam entre todos eram muito fortes. Era fácil conhecer bem todo mundo, porque sair para tomar uma cerveja significava levar 2 ou 3 carros para trazer toda a empresa – Frank Pearce, em entrevista para o IGN em 2001 (IGN, 2016, tradução nossa).

Essa cultura empresarial se tornaria uma das marcas distintivas da empresa, conforme veremos mais adiante, mas, desde esse período, já é possível considerá-la como mais uma das diretrizes da Blizzard:

***Diretriz III:** Incentivar a formação de uma cultura empresarial em que os funcionários se sintam à vontade e tenham a possibilidade de construir laços afetivos entre si;*

Na mesma época em que Blizzard ainda ganhava experiência nos consoles domésticos, em 1992, o Westwood Studios lançou o extremamente influente *Dune II*. Embora não tenha sido um grande sucesso comercial, o jogo de estratégia certamente impactou o próximo projeto da Blizzard. O novo jogo do estúdio começou a tomar forma dois anos depois do lançamento de *Dune II*, em 1994. Nessa época, a Silicon & Synapse mudou brevemente seu nome para Chaos Studios para, só depois, se estabelecer definitivamente como Blizzard Entertainment (a marca Chaos Studios já havia sido registrada, o que motivou essa segunda mudança de denominação). Dois dos quatro primeiros jogos da Blizzard após a mudança do nome foram títulos licenciados do universo DC, *The Death and Return of Superman* (1994) e *Justice League Task Force* (1995), ambos lançados para consoles domésticos (OPIUM PULSES, 2018). Depois disso, o estúdio deixaria os jogos licenciados para trás e passaria a se focar no desenvolvimento de obras originais, entre elas um protótipo de jogo cujo título acabaria se tornando mais conhecido do que o próprio estúdio que havia o idealizado.

## 2.2 – O nascimento de *Warcraft* (1994-1996)

Em 1994, a Blizzard ainda lançaria mais um jogo para o SNES, o já mencionado *Blackthorne*. O título, do gênero plataforma, estrelava um pirata espacial carregando espingardas e lutando contra orcs vilões, que acabaram sendo reaproveitados no novo projeto e viriam a se tornar figuras icônicas nos lançamentos posteriores do estúdio. A Blizzard se manteve atenta às movimentações no mercado de *games* nos meses anteriores ao lançamento de *Blackthorne* e se surpreendeu ao perceber que não aconteceram outros lançamentos de jogos naquele novo gênero introduzido anteriormente por *Dune II* (muito embora a Westwood Studios já estivesse trabalhando, na época, no sucessor de *Dune II*, *Command & Conquer*). Então, naquele mesmo ano, a Blizzard aproveitou a oportunidade para criar sua própria obra naqueles moldes, *Warcraft: Orcs vs. Humans*, para DOS e Mac (OPIUM PULSES, 2018). Bob Fitcher, atualmente um dos diretores técnicos da Blizzard, comentou sobre o processo criativo de *Warcraft* e sobre a influência de trabalhos anteriores, de outros estúdios e da própria companhia, durante uma entrevista:

Se não tivéssemos feito *The Lost Vikings* [anteriormente], não apenas não pagaríamos nossas contas, como também não teríamos a experiência e as ideias necessárias para criar *Warcraft: Orcs vs. Humans*. Não sei se você sabe, mas existe uma certa relação entre esses dois jogos. Estávamos pensando em fazer pequenos vikings, não orcs e humanos, mas pequenos vikings com o elemento de estratégia em tempo real [inserido junto com eles]. Foi só mais tarde que surgiu a ideia de fazer orcs e humanos nesse jogo (PC GAMER, 2016, tradução nossa).

Acho que os dois maiores jogos que estávamos jogando na época, e que certamente nos inspiraram de alguma forma, foram *Dune II* e *Lemmings* [...]. Acredito que *Warcraft* originalmente começou como uma ideia que era um tanto quanto uma junção desses dois títulos, onde teríamos pequenos vikings, mas em grande quantidade, e é aí que entra a parte [da inspiração] dos *Lemmings*. Todos esses pequenos vikings estariam indo e vindo [na tela] e fazendo suas próprias coisas [...]. Conhecíamos *Dune II* e gostávamos da mecânica de combate e então incorporamos um pouco desse combate [em nosso jogo] também. E, com o tempo, ele foi se transformando, como todos os nossos jogos costumam fazer, até surgir *Warcraft: Orcs vs. Humans*, [...] com todos esses pequenos seres grunhindo, indo e voltando das minas de ouro, isso foi algo que surgiu dessa ideia inicial, de ter muitos homenzinhos na tela, todos por aí fazendo suas próprias coisas (PC GAMER, 2016, tradução nossa).

Foi naquele mesmo verão de 1994 que os jogadores de PC finalmente tiveram acesso à *demo* de *Warcraft: Orcs vs. Humans*, o novo título para computadores da Blizzard. A série adotou o modelo de jogo de estratégia visto de cima, tal qual em *Dune II*, e adicionou uma roupagem de fantasia mais acessível para o público. Qualquer pessoa

familiarizada com os contos de Tolkien poderia se identificar facilmente com os personagens coloridos e muitas vezes engraçados retratados em *Warcraft*. Aqui, começava a se solidificar outra das diretrizes que definem os jogos da companhia até os dias atuais:

*Diretriz IV: Os jogos devem ser acessíveis, atrativos e conter elementos que facilitem a identificação por parte dos jogadores;*

Ao lançar *Warcraft*, o fato de o jogo ter apenas seguido uma tendência introduzida originalmente por outro título, disponibilizado dois anos antes por um estúdio concorrente, não foi um impedimento para que a obra alcançasse sucesso imediato. Talvez a contribuição mais importante do novo título da Blizzard tenha sido o fato de ele não somente atrair jogadores *hardcore*, mas também gerá-los. A adição de um modo *multiplayer* via modem e LAN permitiu que todo o potencial do gênero de estratégia fosse explorado por milhões de pessoas, que experimentavam a competição *online* em um jogo de estratégia pela primeira vez. *Warcraft* não apenas colocou a Blizzard no mapa, como também tornou a empresa lucrativa (IGN, 2016).

[Um momento marcante] para mim, quando comecei, foi em 94, depois que distribuimos *Warcraft I* e a empresa provavelmente tinha 25 funcionários na época. Fomos à CES<sup>33</sup> e tínhamos um estande de dez por dez e havia algumas dezenas de pessoas que vieram ao nosso estande para dar uma olhada no jogo e ficaram empolgadas – Shane Dabiri, em entrevista para o IGN em 2009 (IGN, 2016, tradução nossa).

Quando o primeiro *Warcraft* chegou às prateleiras das lojas, ele era um dos únicos três jogos de estratégia em tempo real (*real-time strategy*, ou RTS) disponíveis no mercado. Anos depois, esse nicho seria inundado por clones e imitações, mas a Blizzard já tinha conquistado seu lugar no que se tornaria um dos gêneros mais populares para PC. O sucessor, *Warcraft II: Tides of Darkness*, foi lançado para o MS-DOS no final de 1995. Trazendo uma atualização significativa para o original, a sequência premiada agradou os jogadores e foi um destaque na temporada de prêmios no final de 1996. Elementos visuais que hoje são muito comuns em jogos semelhantes foram originalmente introduzidos em *Warcraft II*, como a nuvem de poeira vista de cima em cenas de guerra, as unidades de observação ou os personagens que emitiam sons de irritação quando os jogadores clicavam incessantemente sobre eles (IGN, 2016) – mais um passo rumo a consolidação

---

<sup>33</sup> *Consumer Electronics Show*, conferência anual de tecnologia, realizada nos Estados Unidos. Mais informações em: <https://www.ces.tech/About-CES.aspx> (último acesso em 31/10/2019).

de uma identidade audiovisual e estilo muito próprios do estúdio, constituindo, dessa forma, mais uma diretriz:

*Diretriz V: Os jogos devem conter elementos de inovação e seguir um padrão de estilo que seja facilmente reconhecido e remeta ao estúdio;*

Também foi *Warcraft II* um dos principais responsáveis por dar forma ao que viria a se tornar um *fandom* leal e apaixonado. Quando o título encontrou concorrência em *Command & Conquer*, o sucessor de *Dune II*, desenvolvido pela Westwood (lançado em agosto de 1995), a disputa entre os fãs dos dois jogos acabou gerando uma rivalidade nos PCs semelhante a existente entre os fãs de Mario e Sonic nos consoles. Essa batalha entre jogos de estratégia ajudou a transformar jogadores casuais em fãs apaixonados, estimulou a inovação nos dois títulos e reforçou o segmento de jogos para PC como um todo (IGN, 2016).

A Blizzard cultivou sua excelente reputação ao longo dos anos, procurando colocar seus jogos à frente de seus prazos. Como os fundadores foram rápidos em apontar na descrição de seus oito valores, a empresa é dirigida e composta por jogadores, que se dedicam, em primeiro lugar, a lançar ótimos produtos antes de se preocupar com números de vendas e prazos para colocar os jogos nas prateleiras. É um posicionamento ousado, e que não muitos desenvolvedores têm o luxo de seguir. Essa busca pela perfeição da Blizzard deixou algumas baixas ao longo do caminho, incluindo dois projetos muito notáveis que nunca viram a luz do dia, conforme descrevemos adiante.

No início dos anos 90, um dos grandes destaques no segmento de jogos digitais era a desenvoltura com que a LucasArts e a Sierra atuavam no gênero dos jogos de aventura. A equipe da Blizzard tentou imitar títulos como *Monkey Island* e expandir o universo de *Warcraft* através de um jogo semelhante. Para tal, eles fizeram parceria com a Animation Magic para trabalhar num projeto batizado de *Warcraft Adventures*, que deveria preencher a mitologia por trás da raça Orc dos jogos de *Warcraft*. As animações bidimensionais produzidas para o novo título eram elegantes e cheias de personalidade, mas, à medida que o projeto se arrastava e perdia seu primeiro prazo de conclusão, no final de 1997, a Blizzard percebeu que o jogo estava ficando datado antes mesmo de o terminar. Os jogos de aventura começavam a se tornar cada vez mais raros no mercado naquela época e os mestres do gênero passavam a se aventurar com o 3D em títulos como *Grim Fandango*. Foi apenas muitos anos depois, pouco antes da E3 de 2008, que o projeto

foi oficialmente cancelado (IGN, 2016). Era uma afirmação ousada da equipe da Blizzard, e que, sem dúvida, constituiu uma nova diretriz para a empresa: em vez de lançar algo mediano ou ultrapassado, eles prefeririam criar algo novo.

***Diretriz VI:** Os jogos só serão lançados após terem alcançado uma versão mais próxima do ideal planejado e se atenderem aos padrões de qualidade e inovação estabelecidos pela empresa e pela indústria de maneira geral;*

### 2.3 – A Blizzard se torna global (1996-2004)

O próximo passo na expansão do império da Blizzard foi um jogo chamado *Diablo*. O título foi, na verdade, desenvolvido pela Condor Games, um estúdio separado que trabalhava como contratado da Blizzard. Shane Dabiri, atual líder de desenvolvimento da Blizzard, relembrou, durante entrevista, como as duas equipes se encontraram:

Antes de *Diablo*, estávamos trabalhando em um jogo chamado *Death & Return of Superman*. Fomos contratados pela DC para fazer a versão para Super Nintendo, enquanto outra empresa, chamada Condor, foi contratada para fazer a versão para Genesis. Como estávamos trabalhando basicamente no mesmo título, um jogo de luta com todos os super-heróis da DC, acabamos colaborando uns com os outros [...] e tivemos a oportunidade de nos conhecermos muito bem. Depois que o projeto terminou, mantivemos nosso relacionamento e eles nos mostraram o *pitch* de um jogo que queriam fazer. Esse jogo era do gênero *rogue-like*. Era basicamente um jogo de rastreamento de masmorras, mas era baseado em turnos, e eles queriam que a arte fosse feita em *clay animation*. Esse era o argumento original de *Diablo*. Quando tivemos a chance de conversar com eles sobre isso, nós os incentivamos a fazer algumas alterações, que eles consideraram ótimas, que foram adicionar o modo multijogador e fazer [o *gameplay*] em tempo real, em vez de baseado em turnos [...] (PC GAMER, 2016, tradução nossa).

Acreditando no potencial daquele projeto, em 1996 a Blizzard adquiriu a Condor e a renomeou como Blizzard North, dando à empresa uma nova sede na Califórnia. No início do ano seguinte, *Diablo* finalmente foi lançado. A premissa por trás do jogo era simples e, embora tenha havido inúmeros outros RPGs de ação desde então, boa parte das referências atuais do gênero inevitavelmente remetem a esse jogo extremamente popular. O combate envolvia pouco mais do que apontar o *mouse* e clicar sobre pontos de interesse na tela, mas a estrutura de nivelamento, a interface e o sistema de saque tornaram *Diablo*

uma experiência altamente engajante e uma referência nesse nicho de jogos (OPIUM PULSES, 2018).

Talvez mais importante que o jogo em si, no entanto, tenha sido o serviço por meio do qual ele foi fornecido: o Battle.net. Em toda a internet, os jogadores começavam a jogar *online* através de clientes de terceiros ou serviços baseados em assinatura. A Blizzard notou como a vida útil de *Warcraft* havia sido estendida através do *multiplayer* e decidiu lançar um serviço simples e gratuito de jogos *online* ao vender o seu produto mais recente, *Diablo*. O conjunto original de recursos do Battle.net era básico para os padrões de hoje: você podia conversar com outras pessoas e procurar uma partida *online* do jogo de sua preferência. Mas o que importava era que o sistema era rápido, funcional e altamente lucrativo, devido aos milhões de visualizações de anúncios que ele gerava (IGN, 2016). A Blizzard fez com o Battle.net uma incursão importante nos jogos *online*, que certamente renderia frutos mais à frente e que se tornou uma constante em seus trabalhos, representando, dessa forma, outra diretriz.

*Diretriz VII: os jogos devem possuir um componente online, a fim de promover a integração entre jogadores de diferentes partes do mundo e aumentar sua vida útil;*

Enquanto a Blizzard North trabalhava em *Diablo*, a Blizzard original procurava levar seu sucesso com *Warcraft* para uma nova direção. O novo projeto, batizado de *StarCraft*, teve seu desenvolvimento iniciado em 1995, logo após o lançamento de *Warcraft II: Tides of Darkness*, usando o mesmo motor gráfico como base para ambos os jogos. Anunciado originalmente na E3 de 1996, o novo título foi fortemente criticado por parecer ser uma “mera versão de *Warcraft* no espaço”. Reagindo à essa recepção negativa, a Blizzard recomeçou o projeto do zero, redesenhando o motor gráfico do jogo, mudando o estilo do novo título e se concentrando em criar três espécies únicas e distintas, permitindo ao jogador “desenvolver estratégias muito singulares com base na espécie com a qual ele está jogando”. A arte desenhada à mão, mostrada na E3 de 1996, também foi substituída por gráficos renderizados e, em uma nova aparição, com o projeto refeito, dessa vez na E3 de 1997, a recepção foi muito mais calorosa e otimista (OPIUM PULSES, 2018).

O que viria a tornar *StarCraft* um marco tão importante para o gênero de estratégia em tempo real foram conceitos surpreendentemente novos no momento do seu

lançamento. Uma história foi tecida na jogabilidade, alterando os objetivos da missão e permitindo que o enredo se estendesse para além da inserção de breves *cutscenes*, que era o comum em outros títulos desse gênero. Ao contrário de *Warcraft*, o jogo foi apresentado com uma visão isométrica, que exibia as mudanças de terreno. Mais importante ainda, a jogabilidade de *StarCraft* era composta por três raças muito diferentes, mas igualmente equilibradas. Protoss, Terran e Zerg não apenas tinham projetos originais, mas também ofereciam um *gameplay* diferente entre si, exigindo que os jogadores mudassem suas estratégias dependendo de qual facção escolhessem (PC GAMER, 2016). Nesse ponto, vemos outra das marcas que se tornaram uma constante no trabalho da Blizzard aparecer de maneira mais proeminente, constituindo uma diretriz: o foco nas narrativas.

*Diretriz VIII: os jogos devem combinar narrativa e jogabilidade e estimular a criação e expansão de universos ficcionais;*

Após dois longos anos de desenvolvimento e balanceamento, *StarCraft* alcançou resultados extraordinários tão logo foi lançado. Segundo dados divulgados pela PC Data, o título foi o jogo de maior sucesso de 1998, com mais de 1,5 milhão de cópias vendidas em todo o mundo. Foi o terceiro jogo da Blizzard a quebrar a marca de um milhão de vendas depois de *Diablo* e *Warcraft II*, e sua popularidade só aumentaria com o passar do tempo. Foi nessa mesma época que a Blizzard começou a enfrentar dificuldades relacionadas ao seu tamanho pequeno em comparação com o enorme sucesso que estava alcançando com seus títulos. Ao lançar *StarCraft*, a companhia não contava com a popularidade que o jogo teria na Coreia do Sul, por exemplo (POLYGON, 2014). A empresa teve que começar a se abrir para um público maior em todo o mundo.

Se você voltar aos anos 90, nosso público era principalmente Estados Unidos e no idioma inglês. Agora [em 2014], mais da metade dos nossos jogadores está na Ásia. Temos um negócio global. – Mike Morhaime, em entrevista ao IGN em 2014 (IGN, 2016, tradução nossa).

*StarCraft* foi o primeiro jogo a empurrar a Blizzard nessa direção global. Com esse título, juntamente com os sucessos de *Warcraft*, *Warcraft 2* e *Diablo*, a empresa se expandiu, o que tornou um pouco mais difícil para Metzen, Morhaime e os demais membros originais manterem o apego à cultura empresarial que haviam construído e definido como uma de suas diretrizes. Agora, era mais difícil conhecer os nomes de todos que trabalhavam com eles e ter um relacionamento individual com cada um dos funcionários. O que os fundadores da Blizzard não imaginavam naquele período, no



entanto, era que os títulos da empresa estavam prestes a explodir em popularidade de maneira ainda mais expressiva.

Em 1998, a Blizzard lançaria a expansão *Brood War* para *StarCraft* e, posteriormente, passaria os próximos anos repetindo e intercalando lançamentos para as suas principais franquias. A empresa relançou estrategicamente *Warcraft II* em uma “Battle.net Edition”, para canalizar ainda mais seus fãs para o serviço multijogador *online* que ela oferecia. A Blizzard North também continuou o seu trabalho na série *Diablo*, lançando uma sequência e uma expansão em 2000 e 2001, respectivamente (IGN, 2016).

Em setembro de 2002, na Tokyo Game Show, a Blizzard anunciou que havia feito parceria com a desenvolvedora Nihilistic para criar um novo jogo baseado no universo *StarCraft*. O jogo se chamava *StarCraft: Ghost* e seria o grande retorno da Blizzard aos consoles, com um jogo de ação furtiva com veículos, *multiplayer* e muitas referências ao universo *StarCraft*. Na entrevista de lançamento, o então vice-presidente da Blizzard, Bill Roper, ao descrever o projeto, fez algumas comparações com o sucesso de público do recém-lançado *Halo: Combat Evolved*, dando indícios de que *Ghost* seguiria uma linha semelhante. O que sucedeu o anúncio, porém, foi uma sequência cada vez mais familiar de atrasos, que coincidiram, ainda, com algumas mudanças no projeto original. Quando a Nihilistic teve que deixar o projeto inacabado no verão de 2004, devido a obrigações contratuais, a Blizzard colocou *Ghost* nas mãos do estúdio Swingin Ape, adquirido no final de 2005 apenas para concluir o projeto. Ainda assim, pouco depois, o desenvolvimento de *StarCraft: Ghost* foi pausado por tempo indeterminado (PC GAMER, 2016).

*StarCraft: Ghost* deveria ser o retorno triunfante da Blizzard aos consoles, mas sucumbiu à mesma combinação de atrasos no desenvolvimento e altas expectativas que impediram, igualmente, o lançamento de *Warcraft Adventures*. Mesmo com o escopo reduzido do projeto (com a companhia cancelando a versão de GameCube para se concentrar apenas nas versões para Xbox e PS2), a indústria deu um salto à frente, fazendo com que a Blizzard se recusasse a lançar aquilo que estava se tornando um produto datado. Esse caso serve como mais um exemplo da dedicação da empresa em lançar algo à frente da curva, ou nada, mais uma vez reforçando a Diretriz VI (p.60).

Como muitos na indústria, ficamos impressionados com o potencial dos novos consoles e esperamos explorar esse potencial ainda mais. Além de nos permitir determinar o melhor caminho para *StarCraft: Ghost*, esse período de revisão nos ajudará a estabelecer as bases para nossos futuros jogos de console – Michael Morhaime, comentando os atrasos de *StarCraft: Ghost* em comunicado oficial, em 2006 (IGN, 2016, tradução nossa).

Após o cancelamento de *StarCraft: Ghost*, a Blizzard estava ansiosa para o lançamento do terceiro título da série *Warcraft*. Embora a equipe originalmente pretendesse que esse projeto se afastasse um pouco do gênero RTS, naquele momento já firmemente estabelecido, a versão final do jogo acabou se aproximando bastante da jogabilidade clássica. Havia, no entanto, mais do que algumas qualidades importantes que fizeram de *Warcraft III* outro triunfo da Blizzard. Acertadamente, o jogo mudou para três dimensões, deixando para trás as antigas animações baseadas em *sprites*<sup>34</sup>. *Warcraft III* também introduziu unidades de heróis, duas novas classes e uma história mais imersiva, que fundiu ainda mais a *lore* com a jogabilidade.

É um momento muito emocionante para criar *software*. Vamos olhar para todos os novos avanços no mundo da tecnologia e continuar tentando criar novas e divertidas maneiras de tirar proveito deles. Não posso te dizer o que isso vai significar agora, mas, provavelmente, tem algo a ver com a Internet, dispositivos sem fio, múltiplas plataformas, incríveis gráficos 3D e é muito mais envolvente do que o que podemos fazer hoje. Eu também gostaria que a Blizzard Entertainment se tornasse mais conhecida por pessoas fora dos círculos de jogos *hardcore*. – Mike Morhaime em entrevista para o IGN em 2001 (IGN, 2016, tradução nossa).

No final de 2002, a Blizzard estava empolgada com o lançamento de seu último sucesso, *Warcraft III: Reign of Chaos*. Metzen lembra de se preocupar com o fato de a desenvolvedora ter atingido seu auge. “Apenas em termos da robustez do jogo, da execução do jogo”, diz ele:

Foi um jogo muito bom, se saiu muito bem, e as pessoas pareciam adorá-lo. Pensei que finalmente tínhamos conseguido. Subimos a montanha. Fomos capazes de fazer isso. Somos uma desenvolvedora de jogos muito boa. Ficamos infinitamente orgulhosos desse produto, e me perguntei se esse era o ponto mais alto que nosso foguete chegaria. [...] Não fazíamos a menor ideia do que ainda estava por vir (POLYGON, 2014, tradução nossa).

Tal qual descrito pela Polygon (2014), a essa altura, a Blizzard já estava concentrando grande parte de seus esforços para definir uma nova direção para a série

---

<sup>34</sup> *Sprites* são imagens bidimensionais ou animações sobrepostas em uma cena. Eles são os elementos não estáticos em um jogo 2D, movendo-se independentemente do plano de fundo. Fonte: <https://gamingshift.com/sprites-in-games/> (último acesso em 04/08/2020).

*Warcraft*. Inspirada em jogos como *Ultima Online* e *EverQuest*, a desenvolvedora queria criar um mundo virtual online massivo, construído a partir dos personagens e acontecimentos dos jogos de *Warcraft*. Collin Murray, um dos programadores da Blizzard, comentou sobre esse processo em entrevista:

Naquela época, muitos de nós jogávamos uma variedade de MMOs diferentes. Os rapazes jogavam *EverQuest*, que era enorme, *Ultima Online*, as pessoas realmente gostavam de *Ultima Online. Dark Age of Camelot*. Estávamos super envolvidos com todos esses jogos, e realmente amávamos jogá-los. Mas havia algumas coisas que pensávamos que poderíamos fazer melhor. Então, um dia, lançamos a ideia, vamos criar um jogo como esses MMOs, mas no mundo de *Warcraft*, e colocaremos o polimento característico de um produto da Blizzard nele (PC GAMER, 2016, tradução nossa).

Sentimos que um dos nossos pontos mais fortes era a nossa interface de usuário. E *EverQuest* tinha uma interface realmente desafiadora. De fato, se o Shane [Dabiri] não estivesse sentado atrás de mim enquanto eu aprendia a jogar *EverQuest*, eu teria ficado muito frustrado. Eu teria desistido. ‘Pressione esse botão, clique naquela coisa ali’, [Shane dizia]. E eu repetia: ‘isso é tão frustrante!’. Nós sempre fomos muito bons em garantir que houvesse pelo menos três maneiras diferentes de fazer qualquer coisa em nossos jogos. Nós chegávamos até mesmo a rodar os jogos com o irmão mais novo de Allen Adham, que era péssimo em videogames, e pedíamos para que ele os testasse. Sabíamos que, se ele pudesse descobrir como as coisas funcionavam, então aquele seria um jogo que agradaria o consumidor final (PC GAMER, 2016, tradução nossa).

O futuro título da franquia, *World of Warcraft*, seria um grande investimento de recursos para uma proposta arriscada, especialmente considerando que *EverQuest*, o jogo *multiplayer* mais popular da época, nunca havia atingido mais de 500.000 assinantes. Isso estava muito longe das vendas de mais de um milhão que a Blizzard havia se acostumado a conseguir com seus jogos e, embora uma assinatura mensal exigida pelo jogo alterasse as métricas de sucesso, havia muita expectativa dentro da empresa para saber se *World of Warcraft* seria tão bem recebido quanto os títulos anteriores. “Lembro o que estávamos esperando no primeiro ano. Lembro-me de ousar sonhar: ‘imagina se tivéssemos um milhão de pessoas correndo por esse jogo no final do primeiro ano?’ Isso era conversa de doido naquela época”, relatou Metzen. (POLYGON, 2014, tradução nossa).

## 2.4 – A revolução de *World of Warcraft* (2004-2008)

*World of Warcraft* (também conhecido pela sigla *WoW*) foi anunciado na Feira Europeia de Computadores, em 2001, para um público eufórico. A Blizzard entraria na arena do MMORPG e tentaria colocar sua marca em um gênero que o jogo *EverQuest* havia dominado anteriormente.

Uma experiência *online* pode ser algo assustador para algumas pessoas. Queremos quebrar o gelo, dar-lhe uma base e informar onde você está o tempo todo, e incorporamos muitos recursos fáceis de entender em nossa interface para permitir que você faça isso. – Mark Kern, produtor de *World of Warcraft* em 2001, ao anunciar o título (IGN, 2016, tradução nossa).

Depois de anos de desenvolvimento e atrasos que agora já eram esperados em qualquer projeto da Blizzard, *World of Warcraft* finalmente foi lançado no final de 2004. A aposta em focar na acessibilidade e em um senso de *design* familiar e colorido valeu a pena. A resposta inicial ao jogo foi impressionantemente positiva e, em janeiro de 2005, o título já havia vendido 600.000 unidades na América do Norte, Austrália e Nova Zelândia. Ele quebrou recordes norte-americanos de usuários simultâneos (200.000) e a Blizzard teve que parar de vender novas cópias do jogo para adicionar e testar mais servidores, que pudessem dar conta de tal demanda. No final de 2005, *World of Warcraft* tinha mais de cinco milhões de assinantes pagantes ocupando seus servidores. Esse número continuaria crescendo até atingir mais de 12 milhões de assinantes em 2010, o pico de sucesso do título (IGN, 2016).

Não tínhamos ideia. A explosividade do jogo, a demanda por ele e a demanda para apoiá-lo nos transformaram desta empresa de desenvolvimento de tamanho razoável em um provedor de serviços global. Parece que foi da noite para o dia. De repente, a escala deste local, o ônus de precisar administrar uma organização muito maior aqui, foi terrivelmente desafiador. – Chris Metzen em entrevista ao Polygon em 2014 (POLYGON, 2014, tradução nossa).

Metzen comenta como esse sucesso inesperado afetou o funcionamento da Blizzard:

Todo o instinto que tínhamos sobre a simplicidade de criar um produto [...] que gostaríamos de jogar, que sempre foi o núcleo, nosso valor mais sagrado – de repente, com certeza, precisávamos [continuar] fazendo isso, mas, também, precisávamos fazer outras 200 coisas que esperávamos que estivessem igualmente em um nível muito alto de especificidade e competência. Aprender a ser um fornecedor de serviços gigante em todo o mundo de repente – suporte técnico, suporte ao cliente, comunidade – tivemos

que nos esforçar para descobrir como fazer tudo isso bem, crescer e atrair pessoas incríveis (POLYGON, 2014, tradução nossa).

Shane Dabiri, responsável pela criação do primeiro setor de suporte técnico da companhia, ressalta o acréscimo no número de funcionários nesse período:

A empresa cresceu com *World of Warcraft*. Passou de pouco menos de 500 funcionários antes de *World of Warcraft* para mais de 4.600 funcionários em todo o mundo agora, por isso temos muito mais recursos para expandir coisas assim. – Shane Dabiri, em entrevista para o IGN em 2009 (IGN, 2016, tradução nossa).

Metzen se refere a esse crescimento como “o problema de elite do sucesso de *World of Warcraft*”. Ele admite que foi difícil manter a cultura da Blizzard em voga, pois a empresa se transformou em algo muito maior do que aquilo que os seus fundadores um dia chegaram a idealizar. Ele se descreve, naquele período, como alguém que estava sempre tentando “manter a linha” e concentrando-se em “exercitar os valores de quem somos”. “Talvez isso seja muito duro [de dizer], mas o sucesso de *World of Warcraft* foi um dos maiores desafios que já enfrentamos”, revelou ele (POLYGON, 2014, tradução nossa):

Desafiou o nosso caráter. Desafiou a nossa cultura, o crescimento e a complexidade para uma equipe que era muito rígida. E, de repente, grande parte dessa equipe principal está liderando grupos diferentes. Quando as organizações crescem tão rápido, de repente você tem todas essas luzes para manter acesas e todas essas bocas para alimentar e esses desenvolvedores realmente talentosos que trouxemos para nos ajudar nisso. Seu pensamento pode começar a se tornar um pouco institucionalizado. Você começa a pensar um pouco mais sistemicamente, algo como ‘Oh, Deus, não vá à falência, mantenha todos os pratos girando, temos que continuar assim’. (POLYGON, 2014, tradução nossa).

Metzen acredita que as mudanças enfrentadas pela Blizzard naquele período foram mudanças na cultura dos jogos que teriam acontecido com ou sem *World of Warcraft*, e independentemente de o estúdio estar ou não executando um jogo massivamente *multiplayer*. Naquele momento decisivo, o retorno às diretrizes da companhia, principalmente àquelas relacionadas à manutenção da excelência dos produtos e serviços entregues ao público, foram fundamentais para que a Blizzard decidisse como trilharia seu caminho na indústria dos videogames:

É mais do que apenas a venda de um produto. Ele só começa a partir do momento em que você o possui no seu computador. Temos uma vida inteira para trabalhar juntos, construí-lo, moldá-lo e alterá-lo conforme o necessário.

Se não continuarmos a investir em nossos jogos, fazê-los viver, eles vão murchar e morrer. É entropia. Será essa coisa velha e ultrapassada (POLYGON, 2014, tradução nossa).

Logo, o desafio de crescer em nível mundial, mas manter os valores originais da companhia, acabou por se tornar uma nova diretriz:

***Diretriz IX:** O crescimento da empresa em escala global deve ser feito de uma forma que permita a manutenção de seus oito valores fundamentais, existentes desde sua fundação;*

*World of Warcraft* continuou a existir como uma experiência própria, em constante mudança. Ele recebeu grandes quantidades de conteúdo novo ao longo de quatro pacotes de expansão e inúmeras correções e atualizações. Em novembro de 2014, a Blizzard celebrou o décimo aniversário do título, bem como o lançamento de sua quinta expansão. E, embora o número de assinantes tenha caído com o passar do tempo, ainda existiam quase sete milhões de jogadores na época, valor bem acima das expectativas da equipe da Blizzard quando lançou a primeira versão do jogo, em 2004 (PC GAMER, 2016).

Por volta do ano de 2008, boa parte da Blizzard desfrutava do sucesso contínuo do *World of Warcraft* e Metzen trabalhava para manter a empresa fiel aos seus ideais conforme a desenvolvedora continuava avançando, com novos lançamentos das franquias *Diablo* e *StarCraft*. Mas, de maneira discreta, em uma parte dos estúdios da Blizzard, um projeto secreto estava saindo de controle e ameaçando enviar a empresa exatamente na direção que Metzen e seus colegas estavam tentando a todo custo evitar.

### *2.5 – O problema Titan e a formação do Team 5 (2008-2011)*

À medida que a Blizzard se tornava um estúdio com diversas equipes trabalhando em vários projetos ao mesmo tempo, ela desenvolveu um sistema para diferenciar esses grupos entre si, organizando-os por meio de números. O Team 1 se dedicaria ao futuro de *StarCraft*. O Team 2 deveria se concentrar na vida continuada de *World of Warcraft*, especialmente na criação de *patches* de conteúdo e pacotes de expansão. O Team 3, por sua vez, seria o responsável por lidar com a franquia *Diablo*. E, em algum momento em meados dos anos 2000, logo após o lançamento de *World of Warcraft*, a Blizzard formou

o Team 4, para desenvolver a primeira nova propriedade intelectual da empresa desde 1998. Metzen comentou a esse respeito:

Não estou falando apenas de nós, mas a indústria, de maneira geral, [estava] realmente presa a determinadas categorias. *World of Warcraft* teve um impacto dessa maneira. As pessoas diziam: ‘Bem, aparentemente você pode de fato ganhar muito dinheiro fazendo um jogo como esse’. E até nós, para manter a escala da organização, ficamos presos a esse pensamento. Era como se a conclusão óbvia fosse: ‘nossa, devemos fazer outro jogo [desse gênero], mas totalmente diferente’ (POLYGON, 2014, tradução nossa).

O projeto do Team 4 – *Titan*, como mais tarde ficou conhecido – seria um MMO<sup>35</sup> da próxima geração. Embora pouca informação tenha vazado para o público e ele nunca tenha sido oficialmente anunciado, Morhaime o descreve como “a coisa mais ambiciosa que você possa imaginar”:

A ideia era pegar todas as lições que aprendemos com *World of Warcraft* [e começar de novo]. Porque somos tão inteligentes agora, vamos fazer tudo certo desta vez, [nós pensávamos]. Acontece que acabou sendo mais complicado do que o previsto. Você meio que esquece o quão difícil foi um projeto depois de lançado. Talvez houvesse um pouco de orgulho envolvido, de que talvez fosse fácil da próxima vez (POLYGON, 2014, tradução nossa).

A equipe de *Titan* aumentou nos primeiros anos de existência, trazendo novas contratações para a Blizzard e absorvendo membros de outras equipes, como o diretor de *World of Warcraft*, Jeffrey Kaplan. O estúdio investiu uma tonelada de recursos no projeto. No entanto, embora a Blizzard tenha se dividido em várias equipes trabalhando em jogos diferentes, parte da abordagem de Metzen para manter a cultura unida era garantir que essas equipes ainda trabalhassem juntas de alguma maneira, o que acabou se manifestando na forma de uma nova diretriz.

***Diretriz X:*** *A organização do trabalho deve ser feita de tal forma que, pelo menos em uma das fases do projeto, membros de diferentes setores da companhia possam trabalhar em conjunto uns com os outros;*

Para conseguir atender a essa diretriz, o desenvolvedor teve a ideia de criar o que ele chamou de “equipes de ataque”: “muitas pessoas que não fazem parte do time de um

---

<sup>35</sup> MMO (“*massively multiplayer online game*”), ou jogo multijogador massivo online, é um gênero de jogo no qual uma grande quantidade de jogadores pode jogar ao mesmo tempo e interagir entre si, por meio de conexão à internet. Fonte: <https://plarium.com/en/blog/difference-between-mmo-and-mmorpgs/> (último acesso em 04/08/2020).

jogo e não têm nenhum tipo de conexão com aquele título entram [em seu setor] e olham para o seu trabalho”, explica Dustin Browder, diretor de *StarCraft 2*:

Eles dizem: ‘Uau, isso é estúpido! Eu odeio isso!’. Eles não são legais. Nós não queremos que eles sejam legais. Em algum momento, esses jogos vão ser soltos no mundo e você vai pedir às pessoas dinheiro real por eles. As equipes de ataque devem entrar e dizer: ‘Isso é muito bom! Isso é muito ruim! Eu não vou lhe dizer como consertar isso, mas você precisa fazer alguma coisa’. E, depois disso, elas vão embora (POLYGON, 2014, tradução nossa).

Além das equipes de ataque, os jogos costumam aparecer no conselho de *design* da Blizzard, uma reunião de todos os diretores de jogos e *designers* líderes de toda a empresa. Entre as rodadas com as equipes de ataque e as aparições diante do conselho de *design*, uma coisa sobre *Titan* ficou bastante clara: o jogo não estava dando certo. No verão de 2013, a Blizzard redefiniu completamente o desenvolvimento de *Titan*; porém, após um período sem notícias, Morhaim finalmente revelou, em entrevista a Polygon em 2014, que o projeto havia sido oficialmente cancelado. Para Metzen e seus colegas de empresa, tentar durante anos fazer *Titan* funcionar foi uma experiência desgastante e um lembrete da cultura que a Blizzard tanto prezava – um foco naqueles valores fundamentais que, segundo eles, não teriam sido cumpridos se *Titan* fosse lançado na forma em que existia internamente:

Tivemos que começar a olhar o agora e o futuro dos jogos sem essa sensação de ônus com o que deveríamos [ter feito]. Precisávamos começar a conversar novamente como uma cultura sobre o que seria ruim. Não é o que é esperado, talvez nem mesmo o que é seguro, mas o que *queremos* jogar? (POLYGON, 2014, tradução nossa).

Nas palavras de Metzen, a empresa precisava dar “um tiro no braço” para permitir que ela superasse *Titan*. E isso viria de um dos lugares menos esperados. Até aquele momento, os jogos do catálogo da Blizzard eram a própria definição de “*hardcore*”: densos, exigentes e cheios de mecânicas complexas. Em 2008, no entanto, os diretores da empresa perceberam como estavam confiando exclusivamente em três marcas principais – *Diablo*, *StarCraft* e *World of Warcraft* – e ficaram preocupados. De certa forma, não havia motivo para pânico, afinal, os jogos estavam se saindo muito bem. *StarCraft* estava prestes a receber o complemento *Wings of Liberty* e os trabalhos estavam avançados no tão esperado *Diablo III* (POLYGON, 2014).

Em outros lugares, no entanto, algo grande estava acontecendo na indústria de jogos. Um grupo de projetos independentes idiossincráticos como *Braid* e *World of Goo*



deu início a uma nova era do *design* de jogos experimentais. A chegada de plataformas de *download* digital como o *Xbox Live* e a *Apple App Store*, juntamente com a crescente disponibilidade da internet de banda larga, significou que, de repente, pequenas equipes pudessem criar projetos que talvez fossem pouco interessantes para públicos massivos, mas que poderiam encontrar sucesso em determinados nichos. Os jogos não precisavam mais ser gravados em discos e vendidos nas lojas; eles podiam ser criados por pequenas equipes e depois disponibilizados na internet ou em *smartphones* (PC GAMER, 2016). A cultura da indústria estava mudando. A Blizzard também queria mudar, e isso acabou resultando em mais uma diretriz.

**Diretriz XI:** *os novos projetos da empresa devem sempre acompanhar as novidades tecnológicas de sua época e as mudanças que ocorrerem na indústria de maneira geral;*

“Percebemos que não tínhamos competência aqui na empresa para ser um pouco mais experimentais, um pouco mais ágeis”, lembra Jason Chayes, profissional que viria a se tornar cocriador e diretor de produção do vindouro *Hearthstone*:

Alguns de nossos executivos se reuniram e disseram que precisávamos formar uma equipe pequena, um tipo de equipe desconexa, que pudesse, com poucos recursos, encontrar maneiras de fazer mais tipos experimentais de jogos. Queríamos experimentar diferentes ideias e plataformas – coisas que normalmente não fazíamos porque nossas equipes estavam focadas nessas franquias importantes. [...] Surgiram todas essas novas plataformas nas quais as pessoas estavam jogando. Adoramos essas plataformas também. Queríamos descobrir se poderíamos formar uma equipe capaz de participar desse tipo de jogo. Esse foi o ímpeto para iniciar esse grupo chamado Team 5 (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

O estúdio reuniu um pequeno grupo de *designers* experientes, incluindo Jason Chayes e Eric Dodds, e formou o Team 5 em 2008, enquanto *Titan* ainda estava em desenvolvimento nas mãos do Team 4. A missão passada ao novo grupo foi, literalmente, “vá criar alguma coisa”. “Começamos como sempre fazemos, perguntando uns aos outros sobre os jogos que realmente amamos”, diz Chayes:

Discutimos os jogos que jogamos em nossos intervalos de almoço ou com nossos amigos em um pub na sexta à noite. Por cerca de vinte anos, muitos de nós jogamos jogos de cartas colecionáveis (CCGs) juntos. A formação de uma equipe pequena e [a criação de] um CCG *online* pareceu um ajuste natural. Foi aí que *Hearthstone* começou (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

Embora menor do que qualquer outro time da Blizzard – a equipe começou com 15 pessoas e depois cresceu para apenas 30 – o Team 5 incluía uma mistura de veteranos da

empresa e sangue novo trazido especificamente para ajudá-los a criar um tipo de jogo que a desenvolvedora nunca tinha feito antes: um jogo de cartas colecionáveis. Mais uma vez, Morhaime e Metzen apontam suas longas noites jogando *Magic: The Gathering*, nos primórdios da empresa, como uma inspiração. Morhaime se refere ao jogo que serviu de modelo para *Hearthstone* como sendo possuidor de um “*design* brilhante”. “Ficamos realmente empolgados em tentar descobrir como pegar essa ideia de um jogo de cartas colecionáveis e torná-lo digital”, diz ele. “Queríamos tirar proveito de todas as coisas que os computadores podem fazer bem para transformá-lo em uma experiência realmente acessível, mas ainda profunda” (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

Embora já existissem jogos de cartas com mecânicas simples há muitos anos, foi o lançamento de *Magic: The Gathering*, em 1993, que revolucionou o conceito dos CCGs. Publicado pela criadora veterana de jogos de fantasia *Wizards of the Coast*, e ambientado em um mundo de fantasia no estilo *Dungeons and Dragons*, *Magic* apresentava um pacote inicial de *cards* de criatura, feitiço e artefato, todos com diferentes pontos fortes e fracos, além de *boosters* aleatórios, permitindo que os jogadores criassem seus próprios decks personalizados. Parte da diversão consistia simplesmente em comprar pacotes, acumular uma coleção de cartas e apreciar as descrições das criaturas exóticas e as artes fantásticas. Mas o apelo maior vinha da possibilidade de poder se sentar com um grupo de amigos e passar horas envolvido com um jogo altamente tático e complexo. *Magic* se tornou um sucesso, vendendo sua impressão inicial de 2,6 milhões de *cards* quase imediatamente e construindo uma comunidade de mais de 10 milhões de jogadores ativos. Não demorou muito para que o título até mesmo ganhasse o apelido de “crack de papelão”, graças ao seu potencial aditivo.

Logo após ser formado, o Team 5 estava investigando o que tornava um jogo de cartas colecionáveis, tal qual *Magic*, atraente – e isso só podia ser descoberto jogando. Eles jogaram rodadas intermináveis de *Magic*, bem como sucessos subsequentes do nicho dos CCGs – *Battletech*, *Netrunner*, *Legend of the Five Rings* e *Rage (trick-taking card game)* – aprendendo o fluxo, a interação e as convenções do gênero. “Pensamos, bem, o que um jogo de cartas precisa para passar uma profundidade interessante?”, diz Chayes. “Queríamos um estilo de jogo em que os lacaios pudessem disputar entre si, uma experiência envolvente muito rápida e dinâmica. Houve um processo de descobrir que tipo de coisas facilitaria essa forma de jogo” (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

Para iniciar seu trabalho, o Team 5 decidiu que esse novo jogo de cartas seria um *spin-off* de *Warcraft*, emprestando criaturas, poderes e heróis da franquia, recebendo o nome *Hearthstone: Heroes of Warcraft*<sup>36</sup>. A escolha de criar o novo jogo em torno da *lore* de *Warcraft* foi algo natural; de acordo com o diretor de produção Jason Chayes, *Warcraft* já era uma propriedade bem conhecida, e a profundidade dos personagens e dos locais criados para os outros jogos dessa franquia facilitou a criação de *cards* inspirados por eles. Eles também consideraram a possibilidade de que, ao jogar *Hearthstone*, os jogadores que ainda não conhecessem *Warcraft* pudessem se sentir atraídos por aquele universo e tivessem vontade de conhecer, também, os jogos que serviram de inspiração para o *card game* (GAMERWHIZZ, 2017).

Para montar a base do novo título, muitas coisas foram emprestadas do já existente jogo de cartas físico (TCG) de *World of Warcraft*, produzido pela Upper Deck em 2006. Embora bem menor se comparado a *Magic*, esse *spin-off* de *WoW* era, naquela ocasião, um enorme sucesso no mercado dos *card games* físicos, com mais de 20 conjuntos de expansão lançados e um animado cenário competitivo. Ele possuía classes de heróis semelhantes, bem como muitos dos laçaios, artes e sistemas que viriam a ser reaproveitados em *Hearthstone*. E, quando o novo projeto do Team 5 estava quase completo, a Blizzard encerrou seu contrato de licenciamento com a Upper Deck, matando efetivamente o jogo de cartas físico de *Warcraft* em favor de sua contraparte digital, prestes a ser lançada (PC GAMER, 2016).

Além de buscar referências em *Magic* e outros jogos do gênero, o Team 5 também estava olhando para a origem dos títulos de *Warcraft* e seu universo, o reino de fantasia sombria conhecido como Azeroth, repleto de guerreiros, elfos e orcs. Como explica Chayes:

Pensamos nas várias classes que estão representadas lá – caçador, mago, paladino, todas essas – e discutimos o que as pessoas pensam quando consideram o que é um paladino, os *buffs* que eles podem usar ou o feitiço de explosão de energia de um mago. Procuramos maneiras de introduzir essas mecânicas em um jogo de cartas. Essa foi uma influência fundamental: como podemos ser fiéis a esse material de origem? (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

---

<sup>36</sup> Posteriormente, a partir de dezembro de 2016, o subtítulo viria a ser abandonado e o jogo seria adereçado apenas pelo nome “*Hearthstone*”. Fonte: <https://gamerwhizz.com/online-games/hearthstone-heroes-of-warcraft/hearthstone-history/> (último acesso em 30/07/2020).

Aqui, vemos a formação de mais uma diretriz:

***Diretriz XII:** Os jogos derivados de franquias pré-existentes deverão se manter fieis a lore já estabelecida e buscar maneiras de transpor e expandir, por meio de sua jogabilidade, o universo ficcional do qual fazem referência;*

## 2.6 – O desenvolvimento de *Hearthstone* e a quebra das expectativas (2011-2014)

Um ano após o início do trabalho do Team 5, a equipe desenvolveu um protótipo simples em Flash – era um jogo de cartas digital muito básico, sem identidade visual real; consistia apenas de um conjunto de mecânicas, baseadas em nove classes de heróis emprestadas dos títulos de estratégia em tempo real de *Warcraft*. Nesse ponto crítico do processo criativo, porém, vários funcionários do time foram transferidos temporariamente para auxiliar no desenvolvimento de *StarCraft II*. No entanto, longe de ser uma interrupção, isso acabou se transformando num elemento importante no desenvolvimento de *Hearthstone*. “Houve 10 ou 11 meses em que as únicas duas pessoas que restaram da equipe de *design* – Eric Dodds e Ben Brode – estavam livres para fazer muitas iterações rápidas”, diz Chayes. “Eles estavam de fato fazendo e usando cartas de baralho de papel” (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa). Mike Donais, outro dos *designers* envolvidos em *Hearthstone*, também comentou sobre esse período durante entrevista:

Uma dos grandes trunfos da visão de *design* de Eric Dodds foi gastar muito tempo tirando coisas [do jogo], vendo se era divertido, colocando coisas de volta, vendo se continuava divertido, e apenas seguir experimentando essas pequenas mudanças. E acho que essa filosofia e essa iteração foi o que transformou o *Hearthstone* no que ele é. [...] Eles [Dodds e Brode] passaram muito tempo, mais de um ou dois anos, apenas testando todas essas pequenas mudanças de *design*, e foi isso que os permitiu chegar onde chegaram com *Hearthstone*. É um grande luxo ter todo esse tempo de *design*. Muitas outras empresas diriam ‘ei, três meses se passaram, você precisa lançar [o jogo]’. E eles apenas levaram todo o tempo necessário e o tornaram ótimo (PC GAMER, 2016, tradução nossa).

Enquanto isso, os outros membros da equipe aprenderam muito com *StarCraft*, especialmente a natureza assimétrica das diferentes raças. “Isso definitivamente foi transferido para *Hearthstone*”, diz Chayes:

A ideia de que cada uma das classes precisa permanecer equilibrada, mas, ao mesmo tempo, precisa ter sua própria identidade e sensação. Quando a equipe começou a se reunir novamente, tendo cumprido nosso período de trabalho em *StarCraft*, foi quando as coisas começaram a migrar para um exemplo

muito mais robusto do que queríamos que *Hearthstone* fosse (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

Chayes continua: “por trás de tudo, havia dois princípios orientadores: acessibilidade e charme. Tinha que ser engraçado, tinha que ser atrativo e tinha que ser intuitivo”. “Quando começamos a trabalhar nisso, o mais importante era que seria um jogo para todos”, complementa Dodds. “Essa ideia se espalhou rapidamente por todo o jogo. Queríamos que fosse bom arrastar cartas, atacar, que parecesse divertido se você apenas assistisse por cima do ombro de alguém” (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa). Aqui vemos o retorno a uma orientação já presente anteriormente, na Diretriz V (p.59), referente à produção de jogos acessíveis e a reforçar o estilo bem-humorado já reconhecido das produções da Blizzard.

Vários aspectos da interface do novo título foram construídos para replicar a sensação de um jogo físico sendo assistido por uma plateia: *Hearthstone* começa com o jogador abrindo uma caixa de madeira; durante a partida, as cartas oscilam e se movem enquanto estão na mão e, quando jogadas, caem no tabuleiro. Ao atacar, as cartas saltam pelo tabuleiro para atingir o alvo; quando uma quantidade muito grande de dano é causada, o tabuleiro treme; quando uma criatura poderosa é evocada, uma audiência invisível emite sons de espanto e admiração. Já o nome do jogo, “*Hearthstone*” (“pedra da lareira”, numa tradução literal), foi escolhido para transmitir a ideia de uma reunião íntima de amigos ao redor de uma lareira, replicando um ambiente receptivo e familiar, que fizesse os jogadores se sentirem acolhidos. Segundo Chayes, eles haviam experimentado outras ambientações a partir das quais as partidas aconteceriam, e foi apenas na metade do desenvolvimento que surgiu a ideia de usar uma taverna com lareira como tema; Chayes afirmou que o conceito oferecia “uma ótima maneira de jogar, [que] funciona com todos os nossos valores [e] tem muito charme” (GAMERWHIZZ, 2017, tradução nossa).

A preocupação com a acessibilidade dos jogos, uma das diretrizes do estúdio, foi seguida à risca nesse novo projeto:

Conversamos sobre o texto nos *cards* – queríamos deixá-los muito legíveis. Temos uma regra ao criar uma carta de que, se alguém ler o texto pela primeira vez e não entender imediatamente o que o *card* faz, precisamos mudar esse poder ou reformular sua escrita – isso é fundamental. – Eric Dodds, em entrevista ao The Guardian (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

De fato, o jogo é tão intuitivo que os jogadores podem efetivamente deixá-lo decidir por eles. Existem baralhos de cartas pré-criados para cada classe, para que os jogadores não precisem montar os seus próprios caso não queiram ou ainda não se sintam seguros ao fazê-lo. Mas, caso eles decidam fazer decks personalizados, o jogo fará sugestões ou até mesmo construirá todo o baralho com base nas cartas disponíveis na coleção de cada jogador. Do mesmo modo, durante uma partida, a interface do usuário destaca todas as cartas que você pode jogar em qualquer turno. Tal como acontece em títulos casuais de quebra-cabeças, você pode simplesmente fazer o que o jogo recomendar.

É muito evidente que a Blizzard queria que o jogo fosse rápido e razoavelmente fácil. Os turnos são curtos, as partidas são curtas e você não pode agir de forma alguma durante o turno do seu oponente. Estrategicamente, cada classe tem *cards* inerentemente valiosos que se encaixam tematicamente, então o jogo meio que orienta os jogadores em direção a certas sinergias naturais – Kevin Hovdestad, jogador e escritor especializado em eSports, em entrevista ao *The Guardian* em 2015 (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

Dodds possui uma opinião semelhante: “É importante que você não precise gastar muito tempo entendendo as regras para jogar, a profundidade aumenta à medida que [o jogador] progride”, diz ele:

Vários jogadores simplesmente arrastam o *card* que fica verde para o tabuleiro [...]. Mas, à medida que se tornam melhores, começam a pensar: ‘não, vou jogar de uma maneira diferente’. Realmente, em todo o *design*, a interface, a experiência, *Hearthstone* foi projetado para que, na primeira vez em que você o veja, você saiba como jogar, saiba como usá-lo (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

Entretanto, enquanto Metzen e Morhaime estavam empolgados com o novo projeto, outras pessoas do time, internamente, não estavam muito convencidas. “Quando estávamos trabalhando no jogo, não posso dizer que todos na empresa pensaram que [o jogo] fosse realmente incrível”, lembra Morhaime. “Algumas pessoas pensavam: ‘Por que estamos fazendo isso? O que diabos vocês estão fazendo?’”. “Honestamente, vender o jogo internamente foi um dos nossos maiores desafios”, complementa Chayes. “Parecia muito diferente para muitas pessoas aqui. E com razão! Apenas era algo diferente. Esse esforço de evangelização sempre foi um grande desafio para nós” (POLYGON, 2014, tradução nossa).

No final, Chayes diz que a equipe de *Hearthstone* nunca descobriu a maneira perfeita de convencer as pessoas dos valores do novo jogo apenas com palavras – isso

não aconteceu até que funcionários de toda a Blizzard começassem a jogar, de fato, as versões iniciais conforme elas ficavam prontas. Chayes descreve esse processo, em que a Blizzard lança demonstrações jogáveis de títulos em desenvolvimento para funcionários de toda a empresa, passando por todos os setores: primeiro, o teste é feito apenas com a equipe de desenvolvimento que trabalha no jogo em si; depois com outras equipes de desenvolvimento, de outros jogos; e, por fim, com funcionários da empresa como um todo. Chayes comentou a respeito:

Acho que provavelmente a primeira vez que houve uma ampla exposição de *Hearthstone* em toda a nossa empresa foi em dezembro de 2012. [A demonstração] começou a deixar as pessoas realmente empolgadas com o jogo. Foi isso que realmente aconteceu – a chance de jogar e se empolgar com o seu deck de paladino ou com o que acontece quando você joga o Asa-da-Morte [um dos personagens do jogo] na mesa. Isso realmente ajudou a nossa causa (POLYGON, 2014, tradução nossa).

A Blizzard passou por um processo semelhante com sua base de fãs. Muitos jogadores dedicados de *Warcraft* se mostraram céticos diante da novidade quando a empresa anunciou o jogo. “Então é isso que a Blizzard está perdendo tempo fazendo”, escreveu um leitor na seção de comentários da notícia da Polygon sobre o anúncio de *Hearthstone*<sup>37</sup>. Outro chamou os funcionários da empresa de “bastardos gananciosos” por optarem por empregar um modelo comercial baseado em microtransações e gratuito para jogar com o futuro jogo. Quando *Hearthstone* entrou no beta fechado (um período de testes, limitado a um grupo reduzido de jogadores) em junho de 2013, no entanto, ele começou a conquistar aqueles que ainda duvidavam. Nos nove meses de duração da versão beta, o jogo explodiu no Twitch e no YouTube. A qualquer horário no Twitch, dezenas de milhares de espectadores podiam ser encontrados assistindo a transmissões de *Hearthstone* (GAMERWHIZZ, 2017). E não foi apenas o público; a crítica especializada, por sua vez, também abraçou o jogo de maneira unânime<sup>38</sup>.

Metzen vê *Hearthstone* como uma aposta de risco da Blizzard, porque “não era exatamente a coisa certa. Não era previsível”. Mas, contra todas as probabilidades, funcionou, enquanto o movimento mais óbvio de outro MMO – tal qual o finado projeto *Titan* – não se materializou. “Houve uma espécie de recalibração em termos do que

---

<sup>37</sup> Disponível em: <https://www.polygon.com/2013/3/22/4135120/blizzard-hearthstone-heroes-of-warcraft-pax-east-2013> (último acesso em 31/10/2019).

<sup>38</sup> Tomando como base as avaliações do jogo no Metacritic, disponíveis em: <https://www.metacritic.com/game/pc/hearthstone-heroes-of-warcraft> (última consulta em 31/10/2019).

acreditamos quando pensamos em um jogo da Blizzard e do que é preciso para ser um jogo épico”, diz Morhaime. “Não precisa necessariamente ser épico em escala para oferecer uma experiência realmente incrível” (POLYGON, 2014, tradução nossa). Com isso, mais uma diretriz para os trabalhos do estúdio foi definida:

*Diretriz XIII: Os jogos não necessariamente precisam ser voltados para uma audiência massiva; eles podem ser direcionados para nichos específicos do público e, ainda assim, oferecerem uma experiência em consonância com os valores da Blizzard;*

No entanto, mesmo com Metzen e Morhaime falando do título como um jogo menor e um projeto de paixão, *Hearthstone* acabou sendo incrivelmente bem-sucedido. Mais recentemente, em 2018, a Blizzard revelou que o título havia superado 100 milhões de jogadores cadastrados em todo o mundo. “Não antecipamos um sucesso ao nível de invadir o planeta com *Hearthstone*”, disse Metzen, após o lançamento. “Não era uma coisa gigante. Era apenas algo pequeno, feito com amor. E, merda, funcionou” (POLYGON, 2014, tradução nossa).

*Hearthstone* também permitiu à Blizzard reexaminar sua abordagem para outras plataformas além do PC. A Blizzard vinha evitando principalmente plataformas que não eram controladas por teclado e mouse, após uma portabilidade ruim de *StarCraft* para o Nintendo 64 em 2000. “Era claramente um jogo puxado de outro lugar”, comenta Morhaime. “O jogo não foi projetado para aquela interface. A partir desse ponto, dissemos que não iríamos mais fazer novos *ports* para console. Se vamos fazer uma versão para console, vamos nos certificar de que o que pensamos para o jogo seja adequado para consoles” (POLYGON, 2014, tradução nossa). Metzen complementa:

É a época em que estamos. Na minha casa, a maioria dos jogos são todos nos *tablets* agora. Mal consigo tirar os *tablets* das mãos dos meus filhos. Temos desenvolvedores de PC muito confiantes. Mas acho que, dada a maneira como o mundo mudou, precisamos ser receptivos à ideia de que precisamos seguir o que é certo para os produtos (POLYGON, 2014, tradução nossa).

Essa nova atitude foi o que permitiu a criação de uma versão bastante popular de *Hearthstone* para iPad e dispositivos Android. Isso também ajudou *Diablo 3* a chegar aos consoles; Metzen inclusive admite preferir jogar *Diablo* com um controle ao invés do teclado e do mouse das versões originais. “Essas são as lições que estamos aprendendo”, diz ele:



Não somos tão regimentados em nosso pensamento quanto poderíamos ter sido há dez anos. A maneira como você luta contra o início sistêmico e institucional, que eu acho que qualquer empresa teria nessa escala, é lembrando a verdade de quem nós somos desde 23 anos e meio atrás: divirta-se e construa algo de que você gosta. Faça parte de algo em que você possa acreditar (POLYGON, 2014, tradução nossa).

### 2.7 – Aventuras, power creep e as turbulências pós-Hearthstone (2014-2018)

Na ocasião de seu lançamento, em 2014, *Hearthstone* não oferecia um “modo de história”, para ser jogado sozinho; estavam disponíveis apenas um tutorial, que ensinava o básico do jogo, e o modo competitivo principal, de partidas ranqueadas. É com a necessidade de disponibilizar um novo conjunto de cartas que os desenvolvedores do Team 5 aproveitam a oportunidade e introduzem, também, um modo inédito, de jogabilidade *single-player*, com foco no *storytelling*, chamado de *Aventura* – a primeira delas estreou em julho de 2014, sob o título “*Maldição de Naxxramas*”. As Aventuras foram pensadas como uma maneira mais lúdica de inserir novo conteúdo no jogo: ao invés de apenas oferecer novos *cards* para compra na loja, *Hearthstone* ofereceria, ao invés disso, “Alas de Aventura”, que são modos de jogo nos quais o jogador participa de duelos contra os “chefes” (*bosses*), controlados por inteligência artificial (IA). Eles são inimigos especiais, geralmente mais fortes e com habilidades exclusivas, dentro da temática de cada expansão, que devem ser derrotados para liberar os *cards* novos daquele conjunto como recompensa.

Nosso diretor de jogo, Eric Dodd, passou muito tempo trabalhando com [Ben] Brode e o restante da equipe de *design* para realmente desenvolver o que ele gosta de chamar, e que é algo que eu amo no jogo, de *momentos reais de história*. Oportunidades para as histórias dos jogadores ocuparem o centro do palco. Definitivamente, há cartas dentro do conjunto de *Naxxramas* que fazem exatamente isso. Elas realmente vão mudar a maneira como os jogos acontecem, não apenas contra a IA, mas também contra outros jogadores. E eles [os jogadores] vão encontrar maneiras de usá-las nas quais ainda nem pensamos. É tão emocionante para nós ouvir essas histórias quanto foi para eles experimentá-las em primeira mão. – Ben Thompson, em entrevista para a CNET em 2014 (CNET, 2014, tradução e grifo nossos).

Com o crescimento de *Hearthstone* e a necessidade de atualização cada vez maior, a Blizzard começa a alterar a tradição das Aventuras com o lançamento da expansão “*Os Cavaleiros do Trono de Gelo*”, em 2017. O principal problema com as Aventuras é que elas ofereciam uma quantidade menor de *cards* novos (entre 30 e 45 por conjunto) se

comparado com as expansões tradicionais (em torno de 130 por conjunto), e tais *cards* ficavam bloqueados pelos desafios do conteúdo *single-player* – mesmo um jogador que não se interessasse por tal modo se via obrigado a concluir os duelos das Aventuras para finalmente ter acesso àqueles recursos valiosos. Com “*Trono de Gelo*” (2017), optou-se por separar esses conteúdos: um conjunto completo de 135 *cards* inéditos foi adicionado a *Hearthstone* de forma tradicional e, paralelamente, um novo modo *single-player* independente, com os personagens e a temática da expansão, foi disponibilizado com outros tipos de recompensa, como pacotes com *cards* aleatórios e itens cosméticos.

Por ser a expansão que marcou a transição para um novo modelo, o conteúdo *single-player* de “*Trono de Gelo*” (2017) ainda remeteu bastante às antigas Aventuras, com o mesmo padrão de diferentes chefes divididos em alas. Apenas com a expansão seguinte, “*Kobolds & Catacumbas*” (2017), viu-se uma transformação mais marcante no conteúdo *single-player*: dessa vez, foi introduzido o conceito de *dungeon run* (“sessão de masmorra”, na versão em português), no qual o jogador, após escolher uma das classes de *Hearthstone*, era desafiado a derrotar oito chefes aleatórios em sequência, com o último deles sendo sempre especial e mais poderoso. Ao concluir as sessões de masmorra com todas as nove classes disponíveis na época, o jogador desbloqueava um verso de *card* exclusivo como prêmio. Graças ao tamanho sucesso desse modelo, ele continuaria a ser utilizado na maioria das expansões lançadas desde então, com exceção de “*O Projeto Cabum*” (2018) e “*Despontar dos Dragões*” (2019).

Foi também em “*Trono de Gelo*” (2017), no entanto, que um problema que já vinha incomodando parte dos jogadores desde a expansão “*As Gangues de Geringontzan*” (2016) começou a se fazer mais presente: o *power creep*<sup>39</sup>. Com uma quantidade tão expressiva de cartas sendo inseridas no jogo a cada quatro meses, os desenvolvedores se viam obrigados a lançar recursos que sempre parecessem mais poderosos e interessantes do que aqueles adicionados anteriormente, de forma a manter a base de jogadores interessada no título, ao mesmo tempo em que os incentivava a gastar mais para conseguir aqueles novos conteúdos. “*Trono de Gelo*” (2017) foi a primeira expansão a contar com *cards* de herói para todas as classes, que alteravam profundamente a identidade de cada uma delas e ofereciam novos poderes heroicos, que acabaram se mostrando bastante

---

<sup>39</sup> Para uma discussão mais aprofundada sobre a questão do *power creep*, ver Howard (2018) e Falcão e Marques (2018).

opressivos com o passar do tempo. Não bastassem as cartas de herói, a expansão seguinte, “*Kobolds & Catacumbas*” (2017), introduziu a mecânica de “*Recrutar*”, que permitia que os jogadores filtrassem seus baralhos em busca de laçaios específicos e os colocassem direto em campo, o que agravou ainda mais o fenômeno do *power creep*: era impossível se manter competitivo sem adquirir esses novos recursos tão poderosos.

Essa problemática chegaria ao seu ápice, no entanto, na expansão seguinte, “*O Bosque das Bruxas*” (2018). Nesse conjunto, foi introduzido o conceito de decks formados apenas por *cards* de custo par ou de custo ímpar. As recompensas para aqueles que optassem por tal formato eram a redução do valor do poder heroico (para decks pares) ou o aprimoramento do poder heroico (para decks ímpares). A principal crítica a tal mecânica era o fato de que os jogadores já começavam a partida com essas vantagens, bastando montar os decks incluindo um dos dois *cards* que concediam essas recompensas (*Genn* para decks pares e *Baku* para decks ímpares). Uma vez que tais bônus eram extremamente poderosos, o jogo entrou em um estado em que a maioria esmagadora dos decks competitivos eram decks de mecânica par ou ímpar, anulando a variedade de estratégias que sempre foi uma marca registrada de *Hearthstone*. Graças a essa situação, foi a primeira vez na história do jogo em que duas cartas foram retiradas de circulação do formato padrão antes da hora – normalmente, elas permanecem disponíveis nesse modo, que é o modo oficial dos campeonatos, por dois anos. *Genn* e *Baku*, no entanto, foram aposentados depois de apenas um ano, no início de 2019, graças ao estrago que sua presença vinha causando no cenário competitivo do jogo.

Pode ser uma carta muito divertida de jogar, mas ser, ao mesmo tempo, pouco divertida de se encontrar na frequência em que você a encontra. Isso a torna uma forte candidata a sofrer ajustes ou mudanças. [...] No caso de *Baku* e *Genn*, podíamos muda-los, subir o custo, mas nenhuma solução parecia tão boa para os jogadores quanto removê-los completamente e apenas abrir espaço de *design* para muito mais, ao invés de esperar um ano inteiro. – Ben Thompson, em entrevista a Forbes em 2019 (FORBES, 2019, tradução nossa).

A rotação adiantada de *Genn* e *Baku* também serviu para mostrar que o time de desenvolvedores estava ouvindo os anseios do público – a questão do *power creep* era um tópico constante nos fóruns especializados e nos conteúdos produzidos por *streamers* e jogadores profissionais de *Hearthstone* naquela ocasião. Foi necessário um estado de insatisfação generalizada para que o Team 5 começasse a puxar o freio novamente e se dedicasse um pouco mais à questão do balanceamento, com *nerfs* e *buffs* acontecendo

mais frequentemente, bem como mudanças nos *cards* básicos e clássicos, que são fixos e nunca rotacionam. De fato, desde então, a equipe abandonou o conceito de *cards* de herói quase que completamente e tem lançado expansões que causaram um impacto menos agressivo no cenário competitivo, sem dúvida atendendo a mais uma diretriz:

*Diretriz XIV: as atualizações dos jogos devem trazer inovações que promovam o engajamento e o interesse do público, mas também devem prezar pela manutenção de um cenário competitivo balanceado e diversificado;*

O que a problemática do *power creep* sinalizava, no entanto, era a influência de políticas de vendas externas à Blizzard que acabaram fazendo frente aos valores originais da companhia. De fato, com o passar dos anos e com o aumento nas atualizações do jogo, que traziam sempre conteúdos mais poderosos ou que tinham a capacidade de modificar completamente a dinâmica das partidas, *Hearthstone* se tornou um passatempo cada vez mais caro – caso o jogador quisesse pagar por todo o conteúdo lançado ao longo de um ano, incluindo pré-vendas das expansões e Aventuras, precisaria gastar entre R\$500 e R\$600<sup>40</sup> a cada 12 meses, valor bastante elevado se comparado com lançamentos de jogos de outros gêneros. Não bastassem os gastos recorrentes com os novos conjuntos, também se tornou cada vez mais comum o lançamento de pacotes promocionais aleatoriamente ao longo do ano, por tempo limitado, que continham itens cosméticos que só poderiam ser adquiridos naquela ocasião, e com dinheiro real. Devido à raridade de tais produtos (em sua maioria *skins*<sup>41</sup> de heróis), muitos jogadores mais aficionados se sentiram pressionados a gastar dinheiro para ter acesso a tal conteúdo, já que o mesmo não poderia ser comprado usando a moeda ganha dentro do próprio jogo, ao vencer partidas.

Essa estratégia agressiva de vendas gerou uma controvérsia semelhante àquela causada pelas *lootboxes*<sup>42</sup>, que foram comparadas com jogos de azar e chegaram a ser

---

<sup>40</sup> Convertido do valor em dólares calculado pelo Polygon, em matéria sobre o custo elevado de *Hearthstone*: <https://www.polygon.com/2017/12/12/16763594/hearthstone-expensive-expansions-cost> (último acesso em 01/11/2019).

<sup>41</sup> Item cosmético que, em *Hearthstone*, altera a aparência do avatar do jogador para a de um novo personagem, com novas opções de fala e diferentes animações.

<sup>42</sup> *Loot boxes* são um dos modelos utilizados para a venda de itens em jogos digitais. Semelhantes aos pacotes de álbuns de figurinhas, que são comprados sem que se saiba quais figurinhas virão em seu interior, os jogadores, ao comprarem uma *loot box*, pagam, com dinheiro real ou com a moeda obtida dentro do jogo, uma pequena taxa pela chance de abrir uma dessas “caixas” e obter uma variedade aleatória de itens virtuais. Essas recompensas podem ser cosméticas (como '*skins*' que alteram a aparência dos objetos do jogo) ou recursos que afetam a jogabilidade (como armaduras ou armas melhores, por exemplo). Para mais informações sobre a polêmica das *loot boxes* veja: <https://www.theguardian.com/games/2018/aug/17/video-game-loot-boxes-addictive-and-a-form-of-simulated-gambling-senate-inquiry-told> (último acesso em 04/11/2019).

proibidas em alguns países, como a Bélgica<sup>43</sup>. Vale lembrar que as *lootboxes* são um modelo de monetização de jogos amplamente explorado na franquia *Call of Duty*, de propriedade da Activision, companhia controlada pelo mesmo grupo que administra a Blizzard e que é conhecida por um posicionamento na indústria dos *games* muito mais voltado ao lucro, com a produção de *blockbusters* e reciclagem anual de suas franquias. Logo, não tardaram a surgir comentários de que as mudanças nas políticas comerciais da Blizzard poderiam ser consequência de uma influência direta dos executivos da Activision.

A junção da Blizzard à Activision foi apenas o capítulo mais recente de uma história conturbada, que talvez boa parte do público nem fizesse ideia que acontecia nos bastidores da companhia ao mesmo tempo em que eram lançados os jogos mundialmente famosos de seu catálogo. Pouco antes do lançamento de *Warcraft*, a então recém-nomeada Blizzard foi comprada pela Davidson & Associates por US\$ 10 milhões. A Davidson foi posteriormente comprada pela CUC International, que depois se fundiu com a HFS Corporation. A empresa resultante da fusão foi chamada de Cendant. Ela detinha o controle sobre a Avis, a Ramada, a Century 21 e também incluía uma divisão de *software* para consumidores chamada Sierra Online, dentro da qual estava a Blizzard (IGN, 2016).

Tais detalhes de propriedade não seriam tão relevantes se não fossem as irregularidades e erros fiscais descobertos nos livros da Cendant em 1998. Em 1997, a empresa havia forjado mais de um terço de sua receita declarada apenas para atender às expectativas dos analistas. As repercussões do escândalo fizeram as ações da Cendant despencarem. Como consequência, mais tarde, em 1998, a Cendant vendeu a Sierra Online (incluindo a Blizzard) para uma empresa francesa chamada Havas que, por sua vez, foi comprada pela Vivendi. Quase dez anos depois, em 09 de julho de 2008, a Vivendi fundiu sua divisão de jogos com a Activision para formar a Activision Blizzard, a empresa que conhecemos em sua forma atual (IGN, 2016). Apesar das duas companhias terem sido unidas, e de ambas atuarem no mercado de videogames, elas ainda continuaram operando como duas entidades separadas, cada uma com sua própria filosofia e responsáveis pelo seu próprio catálogo de jogos.

---

<sup>43</sup> Fonte: <https://www.bbc.com/news/newsbeat-49674333> (última consulta em 01/11/2019).

No entanto, essa política comercial cada vez mais agressiva e a saída de uma série de membros do Team 5, incluindo Ben Brode, desenvolvedor responsável pela primeira versão do jogo e que foi o “rosto” de *Hearthstone* na maioria dos eventos de divulgação do título até o momento de seu pedido de demissão<sup>44</sup>, colaboraram para um aumento da desconfiança por parte do público e da mídia especializada de que a Activision teria uma maior influência sobre o trabalho da Blizzard do que se imaginava até então. Esses rumores ganharam ainda mais força após uma série de demissões em massa e reorganização de setores dentro da Blizzard em 2018, com alguns dos funcionários demitidos dizendo que, de fato, a Activision estaria envolvida em tais mudanças<sup>45</sup>.

### 2.8 – Caso Hong Kong, “Ano do Dragão” e o futuro de *Hearthstone* (2019-2020)

As polêmicas envolvendo a relação Activision x Blizzard atingiriam seu ápice, no entanto, no ano de 2019. Não é nenhum segredo que um dos grandes mercados visado por ambas as companhias é o continente asiático, com cada vez mais pessoas consumindo os jogos das duas empresas naqueles países, especialmente na China. A relevância desse público começou a ser notada com uma série de pequenos ajustes que foram feitos nas artes de algumas cartas e retratos de heróis em *Hearthstone* em julho de 2019<sup>46</sup>, com a intenção de diminuir a exposição de corpos femininos e representações de violência. Essas primeiras alterações, ainda que tenham sido feitas visando ao mercado chinês, foram, de maneira geral, bem recebidas pela comunidade de jogadores, afinal, diminuir a sexualização de personagens femininas e a exposição gratuita de cenas violentas é algo até mesmo desejável, independentemente do motivo que tenha provocado tal ação em primeiro lugar.

No entanto, um segundo episódio envolvendo a China, em outubro do mesmo ano, não foi tão bem recebido assim. No dia 06 de outubro de 2019, durante uma rodada do *Hearthstone Grandmasters* – campeonato oficial do jogo promovido pela Blizzard – em Taiwan, Ng Wai Chung, um jogador profissional de *Hearthstone* e morador de Hong

---

<sup>44</sup> Fonte: <https://venturebeat.com/2018/04/20/hearthstone-boss-ben-brode-leaves-blizzard/> (último acesso em 01/11/2019).

<sup>45</sup> Fonte: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-11-22-concern-about-activisions-influence-at-blizzard-report> (último acesso em 01/11/2019).

<sup>46</sup> Fonte: <https://news.blizzard.com/en-us/hearthstone/23037180/hearthstone-update-july-1-preparing-for-saviors-of-uldum> (último acesso em 04/11/2019).

Kong, conhecido no cenário competitivo como “Blitzchung”, ao ser entrevistado após sua partida, usou uma máscara semelhante à dos manifestantes dos protestos de Hong Kong em 2019<sup>47</sup> e pronunciou a frase “Libertem Hong Kong, a revolução de nossos tempos!”, fazendo com que a transmissão fosse interrompida logo em seguida. No dia seguinte, 7 de outubro, a Blizzard anunciou que Blitzchung havia sido banido daquele torneio, perdendo qualquer prêmio em dinheiro (naquele momento, ele já havia acumulado U\$4.000 por suas vitórias) e ficando impedido de participar de outros torneios *Grandmaster* pelo período de um ano. A justificativa usada para tal punição foi uma regra do campeonato que diz que os jogadores não podem fazer nada que “traga descrédito ao público, ofenda parte do público ou algum grupo específico ou prejudique a imagem da Blizzard”<sup>48</sup>. A empresa mais tarde disse que, embora respeite a liberdade de expressão de seus jogadores, eles ainda estão sujeitos às regras da competição.

Além da punição a Blitzchung, a Blizzard também rescindiu o contrato com os dois apresentadores que estavam conduzindo a entrevista, conhecidos pelos apelidos “Virtual” e “Mr. Yee”, alegando que eles teriam incentivado Blitzchung a expressar sua mensagem e, portanto, também infringido a regra. O apresentador “Virtual” declarou à *PC Gamer*<sup>49</sup>, mais tarde, que ele e seu colega “Mr. Yee” só souberam momentos antes da entrevista que Blitzchung usaria uma máscara e que, quando Blitzchung iniciou sua declaração relacionada aos protestos, os dois abaixaram a cabeça sob a mesa, de modo a deixar evidente que Blitzchung estava falando apenas por si mesmo.

Muitos sentiram que as ações tomadas pela Blizzard durante o episódio foram muito mais motivadas por um receio das possíveis repercussões do acontecido junto ao governo da China, que vinha censurando qualquer apoio aos protestos de Hong Kong, do que pela infração das regras em si. Além disso, também foi apontado o fato de 5% das ações do grupo Activision Blizzard pertencerem à gigante tecnológica chinesa Tencent, de modo que, possivelmente, esse relacionamento comercial também tenha sido levado em consideração. A Tencent é hoje a maior empresa de videogames na China, e foi a

---

<sup>47</sup> Os protestos de Hong Kong começaram em junho de 2019 contra propostas de permitir a extradição de seus moradores para a China continental. Os críticos ao projeto temiam que isso pudesse prejudicar a independência judicial da cidade e pôr em risco os dissidentes. Mais informações em: <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-49317695> (último acesso em 04/11/2019).

<sup>48</sup> Fonte: <https://www.theverge.com/2019/10/8/20904308/hearthstone-player-blitzchung-hong-kong-protesters-ban-blizzard> (último acesso em 04/11/2019).

<sup>49</sup> Fonte: <https://www.pcgamer.com/taiwanese-hearthstone-caster-fired-after-hong-kong-controversy-says-he-still-doesnt-know-why/> (último acesso em 04/11/2019).

responsável pela entrada da Activision Blizzard no país, uma vez que, para lançar seus jogos naquele território, é necessário, obrigatoriamente, trabalhar com uma empresa chinesa. A Blizzard também tem uma parceria com a NetEase, outra empresa asiática, que atua igualmente com a distribuição de seus jogos naquele país.

Sabendo da atuação da Blizzard em território chinês, concluiu-se, conseqüentemente, que qualquer controvérsia desse tipo poderia resultar em uma retaliação por parte do governo da China, o que custaria dinheiro à empresa. E, no caso de *Hearthstone*, esse prejuízo seria enorme, já que o título fatura muito naquele país. De acordo com os analistas do mercado de dispositivos móveis da Sensor Tower<sup>50</sup>, 31% dos gastos com *Hearthstone* vieram da China em 2018. Isso representa cerca de US\$ 51 milhões, valor notavelmente superior aos US\$ 31,3 milhões que *Hearthstone* faturou nos EUA em dispositivos móveis nesse mesmo período. Logo, não demorou muito para que o público do jogo e a mídia especializada apontassem que, de fato, havia outras motivações que iam muito além da infração de uma regra do campeonato.

Como consequência ao banimento de Blitzchung e dos apresentadores, muitos jogadores de longa data dos jogos da Blizzard promoveram um boicote à companhia, para incentivar que ela voltasse atrás em relação à tal punição. No Twitter, a *hashtag* *#BoycottBlizzard* alcançou os *trending topics* mundiais, com participação notável de um ex-funcionário da companhia e ex-líder da equipe de *World of Warcraft*, Mark Kern, que mostrou que estava cancelando sua assinatura de um jogo que ele mesmo tinha ajudado a criar. Também como repercussão ao episódio, Brian Kibler e Nathan Zamora, apresentadores dos campeonatos de *Hearthstone* em língua inglesa, vieram a público dizer que não mais apresentariam a edição do *Hearthstone Grandmasters* em novembro, durante a BlizzCon de 2019, devido ao incidente. Kibler declarou em sua carta de demissão: “Eu não serei um rosto sorridente diante das câmeras que tacitamente endossa essa decisão. A menos que algo mude, não terei nenhum envolvimento nos próximos *Grandmasters*”<sup>51</sup>. Outra perda para a Blizzard foi a Mitsubishi Motors, que declarou que

---

<sup>50</sup> Fonte: <https://sensortower.com/blog/hearthstone-mobile-revenue-2018> (último acesso em 08/11/2019).

<sup>51</sup> Fonte: <https://www.polygon.com/2019/10/9/20906844/hearthstone-brian-kibler-quits-grandmasters-blizzard-blitzchung-hong-kong> (último acesso em 04/11/2019).



deixaria de patrocinar os eventos esportivos da companhia alguns dias após a punição a Blitzchung<sup>52</sup>.

Em resposta à massiva repercussão negativa causada por esse episódio, no dia 11 de outubro, o atual presidente da Blizzard, J. Allen Brack, divulgou uma declaração dizendo que, depois de reanalisar a situação, a empresa considerou que as penalidades aplicadas não eram apropriadas, embora ainda estivessem preocupados com o modo com que Blitzchung e os apresentadores agiram, tirando o foco do jogo e o redirecionando para a política. Brack afirmou que Blitzchung receberia sua premiação integralmente e teria seu banimento dos campeonatos reduzido para seis meses, ao invés de doze, assim como os apresentadores, que também ficariam afastados de suas funções pelo período de seis meses, podendo retornar posteriormente. Brack afirmou ainda que “nossas relações na China não influenciaram nossa decisão”<sup>53</sup>. Nesse mesmo dia, os senadores dos Estados Unidos Ron Wyden e Tom Cotton, e os membros do Congresso Alexandria Ocasio-Cortez, Mike Gallagher e Tom Malinowski, enviaram uma carta à Blizzard condenando sua proibição de se falar em favor dos protestos pró-democracia em Hong Kong e pedindo que a companhia revertesse a punição imposta a Blitzchung integralmente<sup>54</sup>.

A carta, endereçada ao CEO da Activision Blizzard, Bobby Kotick, reconhece o valor da China como mercado de eSports e a crescente importância de empresas como a Tencent, antes de apontar que “o governo chinês usa o tamanho e a força de sua economia para suprimir opiniões com as quais discorda”. “Sua empresa afirma defender o ‘direito de expressar pensamentos e opiniões individuais’, mas muitos de seus funcionários acreditam que a decisão da Activision Blizzard de punir o Sr. Chung contraria esses valores”, continua a carta. “Como sua empresa é um pilar da indústria de jogos, sua decisão decepcionante pode ter um efeito assustador sobre os jogadores que procuram usar sua plataforma para promover direitos humanos e liberdades básicas. De fato, muitos jogadores ao redor do mundo perceberam as ações de sua empresa, pedindo compreensivelmente boicotes aos *sites* de jogos da Activision Blizzard”.

---

<sup>52</sup> Fonte: <https://kotaku.com/blizzard-loses-sponsor-over-hong-kong-actions-1839454172> (último acesso em 04/11/2019).

<sup>53</sup> Fonte: <https://kotaku.com/blizzard-reduces-suspension-of-hearthstone-player-who-m-1838984893> (último acesso em 04/11/2019).

<sup>54</sup> Fonte: <https://www.pcgamer.com/bipartisan-members-of-congress-call-on-blizzard-to-reverse-blitzchung-punishment/> (último acesso em 04/11/2019).

Numa tentativa de colocar um ponto final em tal polêmica, o presidente da Blizzard, J. Allen Brack, iniciou a cerimônia de abertura da BlizzCon 2019 – principal evento da companhia, que acontece todos os anos e reúne milhares de fãs e jogadores profissionais – com um pedido de desculpas<sup>55</sup>: “A Blizzard teve a oportunidade de reunir o mundo em um momento difícil dos eSports de *Hearthstone*, cerca de um mês atrás, mas não o fizemos”. “Nós fomos muito rápidos em nossa tomada de decisões e, para piorar a situação, demoramos muito para conversar com todos vocês”, ele continuou, se referindo à comunidade de jogadores. “Não cumprimos os altos padrões que estabelecemos para nós mesmos e falhamos em nosso objetivo”, afirmou Brack. “Por isso, peço desculpas e assumo a responsabilidade [por nossas ações]”. Após ser aplaudido pelos presentes, ele continuou: “Faremos melhor no futuro – mas nossas ações serão mais importantes do que qualquer uma dessas palavras”. O discurso foi encerrado após Brack reforçar que a Blizzard está “comprometida com o direito de todos se expressarem”.

Apesar do elogiado discurso e de seu pedido de desculpas, a Blizzard manteve o banimento de seis meses para o jogador e os apresentadores. Em entrevista por telefone à PC Gamer<sup>56</sup>, Brack explicou tal decisão: “Não é sobre o conteúdo da mensagem de Blitzchung, é sobre o fato de que ela não tinha relação com os jogos”. “Se não tivéssemos agido”, continua ele, “se não tivéssemos feito algo, você pode imaginar a consequência que isso teria no futuro ao fazermos entrevistas. Elas se tornariam um momento para as pessoas fazerem uma declaração sobre o que quisessem, sobre qualquer assunto. Esse é apenas um caminho que não queremos seguir”.

Além de ser palco do mencionado pedido de desculpas pelo episódio Hong Kong, a BlizzCon 2019 também foi, de certa forma, uma grande ação de contenção dos danos causados à imagem da Blizzard com todas essas polêmicas mais recentes. A conferência já começou com o anúncio de *Diablo 4*, uma resposta às críticas recebidas na BlizzCon do ano anterior, quando a única novidade relacionada a essa franquia foi o extremamente mal recebido anúncio de um *spin-off* para dispositivos móveis, com o nome de *Diablo*

---

<sup>55</sup> Fonte: <https://www.pcgamesn.com/hearthstone-heroes-of-warcraft/blizzcon-apology> (último acesso em 04/11/2019).

<sup>56</sup> Fonte: <https://www.pcgamer.com/blizzard-president-clarifies-decision-to-ban-hearthstone-player-and-two-casters-over-hong-kong-controversy/> (último acesso em 04/11/2019).

*Immortal*<sup>57</sup>. Logo em seguida, em comemoração aos 25 anos de *Warcraft* e 15 anos de *World of Warcraft*, também foi revelada a nova expansão que chegaria a *WoW* em 2020, “*Shadowlands*”. Um pouco mais tarde, a empresa também anunciaria *Overwatch 2*, novo jogo de uma das franquias mais recentes da Blizzard, desenvolvida pelo Team 4 após o cancelamento do projeto *Titan*.

Em meio a tantas novidades de peso, quando a transmissão da cerimônia de abertura finalmente mostrou o palco de *Hearthstone*, muitos se perguntaram de que forma a Blizzard responderia aos fãs do jogo depois de tamanha polêmica envolvendo o título nos últimos meses. A resposta veio na forma do anúncio da última expansão de 2019, “*Despontar dos Dragões*”, responsável por concluir o arco narrativo desenvolvido ao longo do ano e por contar o desfecho da batalha entre a Liga dos Exploradores e Rafaam e sua Liga do M.A.L. Pela primeira vez na história de *Hearthstone*, foi revelado que os jogadores receberiam seis cartas lendárias do novo conjunto gratuitamente<sup>58</sup> – cartas lendárias são os itens mais raros e caros para se obter dentro da economia do jogo. Não apenas isso, os *bundles* de pré-venda dessa expansão também trouxeram mais pacotes de cartas pelo preço padrão (antes eram 80 pacotes, dessa vez foram 100, vendidos pelo mesmo valor).

Em meio a tantas novidades, talvez a que mais tenha surpreendido os jogadores, no entanto, foi o anúncio de um novo modo de jogo, que viria a ser lançado em período beta já em novembro de 2019, intitulado de *Hearthstone: Campos de Batalha* (*Battlegrounds*, em inglês)<sup>59</sup>. O modo de jogo foi a versão da Blizzard de um *auto battler* utilizando as mecânicas de seu *card game*, uma resposta ao sucesso que jogos desse gênero emergente vinham alcançando ao longo do ano, mais especificamente *Dota AutoChess* e *Teamfight Tactics*. Com uma recepção predominantemente positiva, o novo modo aparentemente foi um modesto, porém importante, sopro de novidade que *Hearthstone* estava precisando para voltar a ser o tópico de discussão do momento entre fãs de *card games*, mas, dessa vez, não por um motivo negativo.

---

<sup>57</sup> Mais informações sobre a controvérsia de *Diablo Immortal* podem ser conferidas em: <https://kotaku.com/blizzard-says-it-wasnt-expecting-fans-to-be-this-angry-1830204721> (último acesso em 04/11/2019).

<sup>58</sup> Os *cards* distribuídos gratuitamente são: cinco *cards* lendários de *Galakrond*, um para cada classe da Liga do M.A.L. (ladino, bruxo, sacerdote, guerreiro e xamã) e o *card* lendário neutro *Sathrovarr*.

<sup>59</sup> Para mais informações sobre o novo modo, *Campos de Batalha*, veja: <https://news.blizzard.com/pt-br/hearthstone/23156373/apresentando-hearthstone-campos-de-batalha> (último acesso em 04/11/2019).

Com o fim da BlizzCon 2019, é possível afirmar que a recepção às novidades anunciadas pela Blizzard ao longo do evento foi predominantemente positiva. Mesmo assim, ainda é cedo para afirmar se a abordagem da empresa ao longo de seus anúncios foi o suficiente para se redimir após as controvérsias mais recentes e reconquistar a confiança de seu público. A lição que esse episódio talvez tenha ensinado à Blizzard é que os jogadores que hoje compõem a *fanbase* apaixonada pelos títulos da companhia não vão se calar diante de atitudes que eles não concordem – ainda mais numa época em que a mobilização por meio da internet e das redes sociais é cada vez mais comum. De fato, o que os jogadores possivelmente esperam é que a companhia se dedique aos interesses de seu público na mesma medida com que eles vêm se dedicando a esses jogos ao longo de quase 30 anos. Toda essa conjuntura muito provavelmente constitui uma última diretriz, possivelmente uma das mais complexas de ser colocada em prática pela Blizzard:

***Diretriz XV:** A empresa deve encontrar um equilíbrio entre suas metas comerciais e um bom relacionamento com sua base de consumidores, a fim de promover o bem-estar dos jogadores sem prejudicar a imagem do estúdio e o seu crescimento a médio e longo prazo.*

### **3. A trajetória da Blizzard resumida em quinze diretrizes: primeiros passos para o estudo da cultura de produção de jogos digitais**

Tendo recuperado a trajetória da Blizzard ao longo dos últimos 29 anos, foi possível identificar quinze diretrizes (repetidas logo abaixo). Podemos dividir esse conjunto de diretrizes em duas grandes frentes: uma primeira, voltada às obras em si (como elas devem ser, o que devem conter, como devem ser atualizadas, etc.), reunindo nove diretrizes: I, IV, V, VI, VII, VIII, XII, XIII e XIV; e uma segunda, voltada à gestão da companhia (políticas junto aos funcionários, posicionamento perante outras empresas e à indústria de maneira geral, etc.), reunindo seis diretrizes: II, III, IX, X, XI e XV:

- *Diretriz I: Criar um catálogo variado, sem se ater a um gênero de jogo específico;*
- *Diretriz II: Manter-se fiel aos oito valores fundamentais da companhia;*
- *Diretriz III: Incentivar a formação de uma cultura empresarial em que os funcionários se sintam à vontade e tenham a possibilidade de construir laços afetivos entre si;*
- *Diretriz IV: Os jogos devem ser acessíveis, atrativos e conter elementos que facilitem a identificação por parte dos jogadores;*
- *Diretriz V: Os jogos devem conter elementos de inovação e seguir um padrão de estilo que seja facilmente reconhecido e remeta ao estúdio;*

- *Diretriz VI: Os jogos só serão lançados após terem alcançado uma versão mais próxima do ideal planejado e se atenderem aos padrões de qualidade e inovação estabelecidos pela empresa e pela indústria de maneira geral;*
- *Diretriz VII: Os jogos devem possuir um componente online, a fim de promover a integração entre jogadores de diferentes partes do mundo e aumentar sua vida útil;*
- *Diretriz VIII: Os jogos devem combinar narrativa e jogabilidade e estimular a criação e expansão de universos ficcionais;*
- *Diretriz IX: O crescimento da empresa em escala global deve ser feito de uma forma que permita a manutenção de seus oito valores fundamentais, existentes desde sua fundação;*
- *Diretriz X: A organização do trabalho deve ser feita de tal forma que, pelo menos em uma das fases do projeto, membros de diferentes setores da companhia possam trabalhar em conjunto uns com os outros;*
- *Diretriz XI: Os novos projetos da empresa devem sempre acompanhar as novidades tecnológicas de sua época e as mudanças que ocorrerem na indústria de maneira geral;*
- *Diretriz XII: Os jogos derivados de franquias pré-existentes deverão se manter fieis a lore já estabelecida e buscar maneiras de transpor e expandir, por meio de sua jogabilidade, o universo ficcional do qual fazem referência;*
- *Diretriz XIII: Os jogos não necessariamente precisam ser voltados para uma audiência massiva; eles podem ser direcionados para nichos específicos do público e, ainda assim, oferecerem uma experiência em consonância com os valores da Blizzard;*
- *Diretriz XIV: As atualizações dos jogos devem trazer inovações que promovam o engajamento e o interesse do público, mas também devem prezar pela manutenção de um cenário competitivo balanceado e diversificado;*
- *Diretriz XV: A empresa deve encontrar um equilíbrio entre suas metas comerciais e um bom relacionamento com sua base de consumidores, a fim de promover o bem-estar dos jogadores sem prejudicar a imagem do estúdio e o seu crescimento a médio e longo prazo.*

A partir da análise da trajetória da companhia e desse conjunto de diretrizes, é possível tecer algumas considerações preliminares sobre a atuação da Blizzard na indústria de jogos digitais nesse período. Retomando as proposições de Bourdieu (1992; 2014), é possível dizer que muito do que compõe a identidade da empresa, ainda hoje, teve suas origens logo após a fundação do estúdio, quando a Blizzard se aproximava muito mais do princípio autônomo do campo de produção cultural. Criada por um grupo de amigos recém-formados, que procuravam exercer sua criatividade e não se ater a um gênero de jogo específico, a Blizzard dos primeiros dias estava muito mais ligada à produção da “arte pela arte”, e as Diretrizes tomadas pelo grupo de fundadores naquele momento – e que acabaram resultando no conjunto de oito valores da companhia – eram, antes de tudo, diretrizes deles para eles mesmos, que refletiam suas expectativas, anseios e metas enquanto profissionais inexperientes, que haviam acabado de chegar ao mercado de produção de videogames, e que tinham como Encargo Geral se tornarem bem-sucedidos naquela indústria específica.

Conforme a empresa se posiciona dentro desse campo e começa a construir seu capital, no entanto, ela passa também a ocupar um lugar dentro das disputas existentes entre os agentes que aí atuavam. Nesse ponto, por mais definidas que fossem as Diretrizes do estúdio até aquele momento, as múltiplas influências de outras empresas, bem como

do público consumidor, também passaram a atuar numa relação de *troc* e a promover a construção de novas Diretrizes para o trabalho da Blizzard. Aqui, retomamos um momento marcante dessa transição: o lançamento de *Dune II*. Os profissionais do estúdio souberam reconhecer o potencial trazido pela obra de uma empresa concorrente; porém, mais do que apenas “copiar” a jogabilidade daquele produto, a Blizzard optou por se manter fiel às suas Diretrizes originais, de estilo e acessibilidade, e recriar o gênero daquele jogo na forma de uma nova obra: *Warcraft*. Esse tipo de posicionamento viria a ser repetido outras vezes de maneira marcante no histórico da Blizzard, como quando a companhia se inspira em *EverQuest* para entregar a sua própria versão de um MMO, na forma de *World of Warcraft*, ou quando se esforça para traduzir o sucesso do *card game* físico *Magic: The Gathering* num ambiente predominantemente digital e *online*, com *Hearthstone*.

O sucesso estrondoso de *Warcraft* e de seus sucessores iniciou, possivelmente, o principal – e, quiçá, o mais duradouro, uma vez que ele existe ainda hoje – tensionamento na trajetória da Blizzard: como encontrar equilíbrio entre crescer e expandir seus negócios numa escala global, mas manter-se fiel aos mesmos princípios que marcaram a fundação do estúdio, prezando pela criatividade e por uma cultura corporativa que estimula a criação de laços entre seus profissionais? Nesse aspecto, podemos afirmar que algumas tomadas de decisões ousadas da companhia foram fundamentais para a solidificação de sua marca e ganho imenso de capital simbólico, como, por exemplo, decidir por simplesmente cancelar grandes projetos, como *StarCraft: Ghost* e *Titan*, assumindo publicamente o “fracasso” de não conseguir fazer um produto à altura do que se esperava de um jogo da Blizzard. Também a adoção de rotinas de trabalho incomuns na indústria, que previam a interação entre equipes de diferentes projetos, e que foram fundamentais para que ocorressem trocas que resultaram em grandes acertos futuros, como, por exemplo, parte do balanceamento das classes de *Hearthstone*, que foi inspirado pelo período em que seus desenvolvedores passaram ajudando na criação de *StarCraft 2*.

Igualmente importantes foram as transformações tecnológicas que aconteciam fora do campo de produção de videogames, mas que impactaram diretamente na atuação da Blizzard. O estúdio nasceu quase ao mesmo tempo em que o acesso à internet, pelo menos nos países do hemisfério norte, era popularizado, e acompanhou, ao longo de sua trajetória, a expansão na comercialização de PCs e de serviços de conexão banda-larga.

Para se manter relevante no mercado de jogos, foi preciso se adaptar a cada uma dessas tecnologias e as incorporar em seus produtos e, possivelmente, esse tenha sido outro grande fator responsável por fazer a Blizzard estabelecer suas franquias de maneira tão duradoura ao longo de quase três décadas. Os títulos foram pensados, em sua maioria, considerando o fator social, e o lançamento do Battle.net, serviço próprio para acesso a jogos *online*, foi fundamental para que o caráter global do catálogo da Blizzard se tornasse um elemento distintivo junto ao público e à indústria de maneira geral.

Entretanto, com a expansão cada vez maior de seus negócios e com as inúmeras mudanças de propriedade, a Blizzard se viu fundida com a Activision, uma empresa que operava de acordo com valores muito distantes daqueles que acompanhavam o estúdio desde sua fundação. E, seja por influência de seus novos donos ou por uma consequência natural da proporção alcançada pela companhia, a Blizzard se distanciou cada vez mais do princípio autônomo do campo de produção cultural (arte pela arte) em direção ao princípio heterônomo (arte pelo lucro) (BOURDIEU, 1992); as políticas de vendas cada vez mais agressivas, o *power creep* e a opção por priorizar parceiros comerciais – ainda que a empresa não admita – acabaram colaborando para o aumento do tensionamento entre os valores originais *versus* ganhos financeiros e custos para manter uma operação em nível global, culminando em episódios que afetaram negativamente o capital simbólico acumulado pela companhia ao longo de sua trajetória, como o fatídico episódio Hong Kong, por exemplo.

Ainda assim, paralelamente, ao observarmos o caso específico da franquia *Hearthstone*, notamos, com as escolhas tomadas no ano mais recente – 2019, o “Ano do Dragão” – uma movimentação similar àquela que antecedeu a criação de *Warcraft*. Pela primeira vez desde o lançamento do jogo, os desenvolvedores do Team 5 arriscaram um novo direcionamento, fortemente ancorado ao redor de uma narrativa continuada, com o estilo característico do estúdio, a ser contada conjuntamente por três expansões diferentes – um feito inédito até então na franquia – que, mais do que apenas ampliar o universo ficcional introduzido por *Warcraft*, também possibilitou um “flerte” com as linguagens do cinema, dos quadrinhos e da música. Apesar do status de “filho caçula” de *Hearthstone* perante as obras que o antecederam, talvez o título seja o laboratório perfeito para uma incursão da companhia por outras vias da indústria do entretenimento, possibilitando uma ampliação de sua área de atuação ao considerar um consumidor que se interessa por boas

histórias e que está disposto a adquirir suas obras favoritas nos mais diversos suportes. Ao mesmo tempo, destacamos ainda a escolha arriscada de se render a um gênero em alta no momento, o *auto battle*, e o repropor dentro das mecânicas e identidade audiovisual de *Hearthstone* com o novo modo *Campos de Batalha* – correndo o risco de se tornar apenas mais um em um nicho que já estava ficando saturado naquele momento. Embora ainda seja cedo para avaliar se tais estratégias foram suficientes para remediar os danos causados junto à comunidade do jogo após o episódio Hong Kong, elas apontam um retorno às primeiras Diretrizes do estúdio que, embora entrem em conflito com as Diretrizes dos atuais detentores do grupo Activision Blizzard, foram as responsáveis por transformar as ideias de três jovens recém-graduados numa gigante mundial da indústria dos videogames.

Após essa breve incursão na história da Blizzard e do exercício de uma crítica inferencial (BAXANDALL, 2006), seguindo os procedimentos para uma análise cultural-industrial integrada (CALDWELL, 2008), acreditamos ter sido possível demonstrar a viabilidade desse método para mapear parte das intrincadas relações existentes no campo de produção de jogos digitais, bem como destacar a relevância dos testemunhos dos profissionais da área, que agregam, com suas falas, novas camadas de complexidade às práticas cotidianas dessa indústria. Como etapa seguinte dessa pesquisa, tomamos o conjunto das diretrizes identificadas na trajetória da Blizzard como uma importante chave de leitura para as análises realizadas nos outros dois capítulos desta tese, num primeiro momento procurando entender como tais diretrizes contribuíram para a consolidação do formato atual de *Hearthstone* – que tomamos como base para propor o conceito de jogos digitais como *formas amalgamadas* – e, num momento posterior, para a discussão das estratégias para a inclusão de narrativas em videogames e para a criação de um sistema de entretenimento em múltiplos suportes (KINDER, 1991; JENKINS, 2006; DENA, 2019), que aqui chamamos de *pluriverso transmidiático*. Tais discussões são apresentadas a seguir.



## Capítulo II – *Destrançar a Caixa-Forte:*

Compreendendo jogos digitais como formas amalgamadas  
a partir do *game design* de *Hearthstone*



**Figura 3:** Carta de missão lendária. Fonte: Blizzard Entertainment.

## 1. Subindo escadas e resgatando donzelas: limites e possibilidades dos jogos digitais enquanto produtos midiáticos

O ano é 1981. Você, um adolescente interessado nas novidades tecnológicas que vinham surgindo nos últimos anos, visita um fliperama próximo à sua casa e fica extremamente empolgado ao conseguir colocar as mãos naquele que é um dos primeiros jogos da Nintendo, na época ainda uma novata na indústria dos videogames. O título da vez é *Donkey Kong*, que acaba de ser lançado. Movido pela curiosidade, você aperta *start* e é surpreendido pela cena que invade a tela à sua frente. Com uma trilha sonora intimidante, um gorila marrom aparece, carregando uma garota debaixo de seus braços e escalando algumas escadas dispostas pelo cenário. A fera coloca a moça numa plataforma no ponto mais alto da tela e o encara diretamente nos olhos, dando três pulos, como se estivesse te desafiando a fazer alguma coisa a respeito. Não bastasse o tom provocativo do gorila, a tela muda rapidamente e você é incitado pela frase: “o quão alto você consegue chegar?”.

Finalmente seu personagem aparece em cena: um rapaz baixinho, de bigode e boné. Você leu o material de divulgação numa revista especializada e sabe que se trata do herói do jogo, Jumpman – que, anos mais tarde, seria renomeado como Mario. Jumpman tem uma única missão: salvar Pauline, a donzela sequestrada pelo terrível gorila Donkey Kong. Para isso, o herói precisará subir as cada vez mais complexas sequências de escadas e plataformas, ao mesmo tempo em que desvia dos barris arremessados pelo macaco e de outros empecilhos que surgem ao longo do caminho. Você assume os controles e começa a se aventurar por cada um dos estágios; muito em breve se torna notável a importância de aprender os padrões dos ataques do gorila, bem como adquirir os diferentes bônus oferecidos pelo jogo ao desviar dos obstáculos ou destruí-los. Dessa forma, você consegue subir cada vez mais alto e, quando menos espera, tem a chance de derrubar o vilão do topo de seu pedestal e se reencontrar com sua amada Pauline, agora livre das garras da fera<sup>60</sup>.

---

<sup>60</sup> Um vídeo de *gameplay* do segmento descrito no texto pode ser visualizado em: <https://youtu.be/Pp2aMs38ERY> (último acesso em 27/11/2019).

À noite, você se deita em sua cama e se recorda de sua experiência com o jogo. Sem dúvidas, os estágios ficavam cada vez mais difíceis, e era inevitável perder uma vez ou outra. Ainda está nítida em sua memória a quantidade de pontos que você e seus amigos fizeram, e você se sente motivado a quebrar o recorde do grupo na próxima vez que voltar ao fliperama. Também presente em seus pensamentos está a cena final, quando Jumpman finalmente se livra do vilão e se reúne com Pauline. Um coração cor de rosa apareceu na tela, indicando a possibilidade de um romance entre os personagens. Como será que eles acabaram naquela complicada situação? Estariam Jumpman e Pauline visitando um zoológico quando um gorila se soltou da jaula e sequestrou a moça? Ou seriam eles apenas parte de uma trama mais intrincada, tal qual a apresentada nos cinemas, com o filme *King Kong* (1933)? Teria a ameaça de Donkey Kong sido resolvida de fato, com o final do jogo, ou ele ainda retornaria para tirar o sossego do casal? São muitas as perguntas para as quais você não tem resposta e, em meio a seus devaneios, você logo cai num sono profundo.

A sequência descrita acima, apesar de fictícia, é uma rotina comum, que acontecia não apenas quando os jogos digitais começaram a ser produzidos, mas que se repete ainda hoje. Sim, os jogos atuais são muito mais complexos do que o *Donkey Kong* original, mas as demandas que surgem a partir da relação com esse tipo de obra ainda são bastante semelhantes, a despeito dos avanços tecnológicos das últimas décadas. Quando nos debruçamos de maneira mais atenta sobre a atividade de fruição de um jogo digital, percebemos que esses produtos despertam uma gama variada de reações em seu público. De fato, há um caráter muito forte de ludicidade que permeia a prática de jogar em si – normalmente, em um nível fundamental, há sempre um desafio a ser completado, uma tarefa à qual o jogador se propõe a cumprir, seja ela resgatar a donzela em perigo ou meramente descobrir o quão alto você consegue subir em uma plataforma. Entretanto, paralelamente a esse espectro central de jogabilidade, também existem outras instâncias que são ativadas a partir do contato com essas obras, de forma que é muito comum, por exemplo, se identificar com os personagens apresentados na tela e se interessar pelas histórias de cada um deles. Por consequência, o desejo do jogador de descobrir o que o jogo reserva para o herói ao final da obra não é muito diferente da vontade do leitor de chegar às últimas páginas de um livro ou do cinéfilo de conferir nas telas a parte final de sua franquia de filmes favorita.

Essa capacidade dos videogames, enquanto suportes, de comportar diferentes orientações em suas obras, não tardou a levantar discussões sobre quais seriam os limites de tais produtos. Seriam os videogames capazes de se tornar uma plataforma para o *storytelling* tal qual o cinema ou a televisão, ou estariam eles limitados à sua orientação original, construída em torno do lúdico, dos desafios e das brincadeiras? De fato, apesar dos debates a esse respeito terem sido acalorados na academia, a verdade é que, ao contrário do cinema e da TV, que tiveram suas práticas produtivas exploradas exaustivamente pelas próprias indústrias criativas (que não tardaram a perceber a possibilidade de lucro por meio da comercialização de materiais de *making-off*, cenas de bastidores, entrevistas com celebridades, etc.) (CALDWELL, 2008), os videogames se mantiveram, durante boa parte de sua história, quase como uma caixa-preta, misteriosa, que chegava aos lares e não suscitava grandes questões sobre quem estava por trás daquelas obras ou sobre quais seriam suas reais capacidades enquanto produtos midiáticos.

Retomando nosso interesse pela possibilidade dos jogos digitais se estabelecerem como um suporte ímpar para as narrativas quando comparados aos demais produtos midiáticos contemporâneos, retornamos, nessa segunda etapa da pesquisa, ao já clássico debate “narrativa *versus* jogabilidade”, que marcou parte considerável da produção dos *game studies* nos últimos anos, e nos concentramos em uma das tentativas mais recentes de superar essa dicotomia, com a proposta de entendimento de videogames como *formas compostas*, defendida por Jonas Linderoth (2015). Nosso esforço foi o de observar os benefícios e as limitações oferecidas pelo modelo de Linderoth (2015) e propor uma revisão da noção de forma composta, que aqui avançamos para um novo estágio e passamos a chamar de *forma amalgamada*. Esse percurso foi feito, inicialmente, a partir da análise de duas cartas do jogo *Hearthstone*; nossa intenção, ao realizar tal exercício conceitual, foi a de destrancar essa caixa-forte pouco explorada dos jogos digitais e observar, mais atentamente, cada uma das peças que compõem essa engrenagem e as possibilidades que elas oferecem para contar diferentes histórias. Num segundo momento, tendo defendido o entendimento de jogos digitais como formas amalgamadas, nos dedicamos a analisar os processos criativos envolvidos na criação de *Hearthstone*, e como as diretrizes da Blizzard Entertainment, destacadas no primeiro capítulo desta tese, se manifestaram por meio do *design* desse jogo.

## 2. Do embate “narrativa versus jogabilidade” à noção de formas compostas

O ano de 1997 foi marcante para a teoria dos meios digitais, com o lançamento de dois clássicos na área dos *game studies*, *Cybertex*, de Espen Aarseth e *Hamlet in the Holodeck*, de Janet Murray. De variadas maneiras, as questões que foram levantadas por essas duas obras a respeito da forma digital e da narrativa como um todo geraram um grande tensionamento e se tornaram o centro de muitos dos debates dentro da teoria dos videogames, principalmente quanto à ideia do “ergódico” em oposição à narrativa (CHENG, 2007). Desde o lançamento dessas duas obras, o debate tem, em muitos aspectos, se tornado “acalorado e polêmico” com o papel potencial da narrativa em videogames sendo sujeito “tanto ao exagero quanto ao negligenciamento” (KING; KRYZWINSKA, 2006, p.08). King e Kryzwinska resumem essa questão contínua de narrativa versus jogabilidade nos seguintes questionamentos: “até que ponto os jogos são um meio com um componente significativo de narrativa ou *storytelling*? Em qual extensão as tarefas específicas do jogo [são] [...] afetadas pelas estruturas narrativas nas quais tais atividades estão situadas?” (KING; KRYZWINSKA, 2006, p.08, tradução nossa). De um lado, enquanto Murray (1997, p.10) é, de certa forma, otimista na promessa do computador “ser capaz de remodelar o espectro da expressão narrativa”, Eskelinen (2001b), por outro lado, retomando as ideias de Aarseth, descreve as histórias em videogames como sendo “apenas ornamentos desinteressantes ou embrulhos de presentes para os jogos”, colocando qualquer ênfase no estudo desses tipos de “ferramentas de *marketing*” como sendo apenas um “desperdício de tempo e energia ” (ESKELINEN, 2001b, p.10, tradução nossa).

No entanto, essa aproximação por meio de uma “ludologia radical” (KLEVJER, 2006), através da qual qualquer discussão séria de enquadramento ou narrativa é colocada bruscamente de lado, é, para Cheng (2007), claramente limitadora à luz do fato de que videogames tem, sem dúvidas, apresentado fortes tentativas de produzir narrativas. Abordagens mais recentes à teoria dos videogames, como as de King e Kryzwinska (2006) e Juul (2006), têm sido menos polêmicas em sua aproximação à divisão entre narrativa e jogo, sugerindo modelos de teoria de videogames que abordam essa tensão entre o ludológico e o narratológico sem desconsiderar uma ou outra dimensão. Mesmo como observa Aarseth (1997, p.05, tradução nossa), “afirmar que não há diferença entre

jogos e narrativas é ignorar qualidades essenciais de ambas as categorias. E ainda (...) a diferença não é clara, e há uma sobreposição significativa entre os dois”.

Prosseguindo nesse debate, alguns estudiosos se dedicaram a outras possibilidades de análise dos jogos digitais como formas mais complexas, indo além do embate ludologia *versus* narratologia, como é o caso da proposta apresentada por Jonas Linderoth. A partir da análise das experiências de desenvolvedores da indústria dos jogos digitais acerca do que significa contar uma história em um videogame e quais habilidades de *design* estão relacionadas aos *storytellings* criados por eles, Linderoth (2015, p.280) faz um avanço em relação à oposição narrativa/jogabilidade e propõe um modelo no qual os videogames são entendidos como formas compostas (*composite forms*), que suportam inúmeras estruturas diferentes – com a dimensão narrativa sendo uma delas –, que podem substituir umas às outras, coexistir ou se misturar.

### 2.1 - Entendendo o conceito de forma composta

Para chegar ao modelo de forma composta, Linderoth (2015) recupera alguns estudos anteriores, como o de Juul (2006), que destaca que videogames são, geralmente, uma combinação de ficção com um sistema governado por regras; Katie Salen e Eric Zimmerman (2004) que separam regras, jogabilidade e cultura ao analisar o *game design*; Marie-Laure Ryan (2004) que pontua que *gameplay* e narrativa são aspectos distintos, com funções específicas na construção de um jogo; e Aarseth (2012), que enfatiza que jogos são, antes de tudo, *softwares* e, como tais, podem vir a incluir qualquer tipo de “gênero semiótico”, contendo mídias como filmes, textos, quadrinhos, áudio, etc. misturados com diferentes *game designs*, formando o que chama de “construtos ludo-narratológicos”.

Segundo Linderoth (2015), em certa medida, essas ideias seriam similares à forma como alguns estudiosos se aproximaram da poesia iluminista de William Blake. Tal poesia é descrita pelo uso de diferentes elementos da ordem das palavras (rimas, ritmo, aforismos, etc.) e da ordem do *design* (cores, bordas, imagens) em complementariedade (ver figura 4). Perceber um desses elementos sem o outro seria uma “experiência inferior”, na qual se perderia algumas das qualidades do todo, tal qual “tocar uma

composição de duas mãos com apenas a mão direita” (HAGSTRUM, 1964, p.12 *apud* LINDEROTH, 2015). A forma única da poesia de Blake foi classificada por Hagstrum como *arte composta* (*composite art*), conceito adotado por outros acadêmicos, como, por exemplo, W.J.T. Mitchell (1978 *apud* LINDEROTH, 2015), que enfatiza que a técnica expressiva única utilizada por Blake diz respeito a criar imagens e textos independentes que, quando exibidos em conjunto, formam afirmações interdependentes. A partir desse referencial, Linderoth (2015) se apropria dessa expressão para teorizar sobre os videogames:

A metáfora dos compósitos é particularmente útil para pensar e teorizar sobre os videogames. Um material composto, como a fibra de vidro, é um material constituído por, pelo menos, dois materiais independentes com propriedades claramente diferentes que, quando combinados (sem serem misturados, mantendo assim as suas propriedades químicas originais), criam um material que tem propriedades nitidamente distintas das de seus componentes. Sugiro, portanto, a metáfora de forma composta como maneira de abordar os videogames. Baseando-me em Erving Goffman (1974), quero dizer, com isso, um produto que é constituído de várias formas culturais, onde cada forma pode ser experimentada em um quadro independente, mas que, quando combinada com outras formas, cria uma estética única que emana do padrão específico dos elementos combinados. (LINDEROTH, 2015, pp.281-282, tradução nossa).



**Figura 4:** “*Happiness*”, obra de William Blake. Fonte: Google Imagens.

A análise de quadros, proposta por Erving Goffman e apropriada por Linderoth, é uma teoria para a compreensão da estrutura da experiência nos mais variados tipos de situações. Embora Goffman (1972) tenha utilizado os jogos como exemplo ao falar sobre os limites socialmente negociados em torno de uma atividade, o jogo seria apenas uma das áreas possíveis para a aplicação de tal teoria. Em comparação com a noção de círculo mágico (SALEN; ZIMMERMAN, 2004), que diz que os jogadores constituem um limite social, psicológico e/ou físico em torno de seu espaço de jogo e ressalta a fronteira entre estar dentro ou fora do jogo, a teoria dos quadros de Goffman (1986) enfatiza que uma atividade pode ser laminada ou em camadas, significando que muitos quadros diferentes poderiam estar em ação ao mesmo tempo. Quadro seria, portanto, a partir da leitura de Goffman feita por Linderoth (2015), um conceito mais fluido para abordar os videogames, ressaltando que as mudanças no enquadramento ocorrem durante as camadas de atividade propostas ao longo do *gameplay* de determinada obra.

A forma composta teria então, para Linderoth (2015, p.282) o benefício sobre o conceito da construção ludo-narratológica de não restringir a análise a apenas duas “discretas dimensões”, e as numerosas estruturas que o *software* suportaria não se limitariam aos sistemas que geralmente denominamos “jogos” ou “narrativas”. O autor ressalta, ainda, que a forma composta não é limitada aos videogames, como ilustrado pelo próprio fato de o conceito ter sido inspirado pelos estudos sobre a poesia iluminista de Blake. Existiriam, ainda, muitas outras combinações de texto e imagem que poderiam ser considerados formas compostas, como os quadrinhos, por exemplo.

Metodologicamente, essa posição ontológica significa duas coisas para o autor: em primeiro lugar, implica em uma postura inclusiva para os *game studies* como um campo, uma vez que faria sentido examinar apenas um compósito específico, da mesma forma como muitos estudiosos fazem – como Mitchell (1978 *apud* LINDEROTH, 2015) apontou ao analisar os livros iluministas de Blake, nem o texto nem a imagem são desinteressantes ou incompreensíveis um sem o outro. Em segundo lugar, a ideia de que os videogames são compostos permitiria levantar novas questões, de forma que o problema de saber se os videogames devem ser vistos como um meio para contar histórias ou não cairia para segundo plano, sendo possível, ao invés disso, fazer uma série de perguntas sobre o que significa contar uma história como parte de uma forma composta, tal qual é o videogame.



Após apresentar seu conceito de jogos digitais como formas compostas, Linderoth (2015) sinaliza que a história dos jogos é apenas um dos vários elementos sendo constantemente oferecidos ao jogador ao longo de sua fruição da obra; esses elementos que compõem a obra seriam facilmente reconhecíveis pelo jogador, o que tornaria possível para ele transitar por entre os diferentes quadros e interagir com o jogo de acordo com as demandas de cada um desses segmentos. Por exemplo, ao se deparar com uma *cutscene*, o jogador reconhece que não é capaz de interagir com a sequência de cenas mostradas na tela e deve, ao invés disso, prestar atenção para entender as informações apresentadas naquele momento; já ao se deparar com um *quick-time-event*, a postura imediatamente se converte para uma mais “ativa”, pois o jogador entende que precisará apertar uma sequência de botões dentro de uma pequena janela de tempo para seguir adiante naquele novo segmento, numa interação diferente da que ele teve segundos antes com a *cutscene*. Dessa forma, é relegada ao jogador a responsabilidade de decodificar e navegar por cada um desses quadros, transitando entre as diferentes maneiras de se relacionar com a obra ao longo de sua duração. Para decidir como interagir com determinado produto, o jogador se basearia não apenas nas instruções oferecidas por aquele jogo em si, mas também levando em consideração suas experiências anteriores com outros jogos, que sugerem como ele deve se comportar em cada um desses diferentes segmentos de *gameplay*. Retomando aspectos básicos da teoria dos quadros, assim como Goffman (1986) indicou que os indivíduos observam o cenário onde uma ação se desenrola, as roupas e a maneira como as pessoas ao redor se comportam, etc., para definir como devem agir em determinadas situações, também os jogadores seriam capazes de analisar os diferentes quadros apresentados ao longo de sua experiência de jogo, determinando, dessa forma, como devem se comportar e se relacionar com cada uma das estruturas que compõem um jogo digital (LINDEROTH, 2015).

## 2.2 – Vulnerabilidades do conceito de forma composta

Apesar de abrir caminhos para inúmeras possibilidades de investigação dos diferentes elementos que constituem os videogames enquanto produtos midiáticos, nos parece, no entanto, que a abordagem de Linderoth (2015) muitas vezes relega um papel demasiado importante da construção de sentido nessas obras à ação do jogador – quase como se a estrutura desenvolvida ao redor de cada um desses compósitos não fosse capaz

de atingir seus objetivos sem que houvesse o elemento humano fazendo a leitura e a decodificação das intenções existentes por trás da criação de cada um deles. De fato, reconhecemos que as obras são sim criadas pensando em sua fruição e visando a diferentes leitores-modelo (ECO, 1988); porém, acreditamos que os variados elementos que se unem para formar o que Linderoth (2015) chama de forma composta também afetam uns aos outros ao longo de todo o processo de produção e atuam diretamente na construção do que será a experiência final com o jogo, antes mesmo de o consumidor ter a oportunidade de interagir com ele.

Lemos (2019) argumenta que abordagens como a de Linderoth (2015), que enfatiza o papel do humano nesse tipo de relação, muitas vezes acabam colocando os objetos em uma posição secundária, não reconhecendo seu papel como importantes mediadores e os relegando a uma posição de ferramentas, ou intermediários, em relação ao sujeito independente, que poderia navegar por entre essas diferentes estruturas e que controlaria esse processo comunicacional. Para Lemos (2019), ao reconhecer a mediação dos objetos, a comunicação não pode ser propriedade de um ou outro actante, mas resultado da ação de todos que integram e compõem a rede observada. O ponto apresentado por Lemos reforça uma posição defendida anteriormente por Latour (2015), que afirma que

[...] se quiséssemos desenhar o mapa espaço-temporal do que se apresenta em uma interação e fazer a lista de todos aqueles que de uma forma ou outra participam dela, não distinguiríamos um quadro bem delimitado, mas uma rede muito ramificada, multiplicando pessoas, datas e lugares muito diferentes (LATOUR, 2015, p.168).

Existem trabalhos que partem dessa mesma perspectiva da análise dos quadros, proposta por Goffman (1986) e utilizada por Linderoth (2015), mas a trazem para perto de abordagens (neo)materialistas, como as de Latour (2015) e Lemos (2019), que procuram dar ênfase não apenas ao aspecto humano, mas também ao espectro dos artefatos e de sua importância dentro desse tipo de relação. Miller (2005), por exemplo, parte da mesma obra de Goffman (1986), *Frame Analysis*, e a compara, também, ao trabalho de Gombrich (1979), quando este trata da moldura das obras de arte – para Gombrich (1979), quando uma moldura é adequada, nós simplesmente não a vemos, porque ela nos transmite perfeitamente o modo mais apropriado pelo qual devemos focalizar o nosso olhar naquilo que ela enquadra. Da mesma forma podemos pensar o jogo digital – é mesmo o jogador que define para onde e como “olhar”, ou é a moldura, constituída por diferentes elementos do jogo, que o conduz nesse processo?

Miller (2005) parte das ideias de Goffman e Gombrich para propor aquilo que ele chama de “humildade das coisas”. Sua conclusão é de que os objetos são importantes não porque sejam evidentes e fisicamente restrinjam ou permitam certos tipos de ação; pelo contrário, eles são relevantes precisamente porque não os “vemos”. Para o autor, “quanto menos estivermos cientes deles, mais poderosamente eles podem determinar nossas expectativas, definindo o cenário e garantindo um comportamento normativo, sem estarem abertos a desafios” (MILLER, 2005, p. 11, tradução nossa). De acordo com Miller, os objetos determinam o que ocorre na medida em que estamos inconscientes de sua capacidade de fazê-lo. Dessa forma, numa perspectiva neomaterialista, ao observar a constituição de um jogo digital, não se poderia deixar de lado, também, a influência dos elementos técnicos e materiais, como, por exemplo (mas não limitados a): quais tipos de gráficos a *engine* de determinado jogo permite?; qual capacidade de processamento de dados determinado console suporta e em qual velocidade?; como a rapidez da minha conexão com a internet vai afetar a experiência de jogo?; quais as diferenças ao jogar com um teclado e um *mouse* e ao jogar com um *joystick*?; entre muitos outros.

Cientes disso, acreditamos ser necessário adotar um modelo de análise de jogos digitais que possa dar conta da especificidade dos produtos criados para esse suporte – uma forma de olhar para a criação dos videogames considerando não apenas as práticas que permeiam essa cultura de produção, tal qual destacamos no primeiro capítulo desta tese, mas, também, como cada um dos compósitos presentes na obra age, materialmente, ao longo do processo criativo, afetando e sendo afetado, se adequando, se modificando e se misturando com outras partes ao integrar essa rede. A noção de forma composta de Linderoth foi um primeiro passo necessário nesse sentido, ao tratar das diferentes habilidades empregadas pelos *games designers* e de como esses profissionais operam ao longo das rotinas de produção, orquestrando os diferentes quadros que compõem o jogo digital e que, posteriormente, serão apreciados de diferentes formas pelo jogador (que terá a palavra final ao definir como interagir com cada um desses compósitos). Agora, no entanto, queremos ampliar esse entendimento, focando ainda mais nas etapas de produção e observando as diferentes maneiras com que cada uma dessas partes da forma composta irá atuar na construção do produto final e, por consequência, afetar as maneiras com que o jogador se relacionará com a obra, dentro da perspectiva de uma ontologia plana, em que elementos humanos e não-humanos são considerados conjuntamente e não são priorizados um sobre o outro.

Para tal, partimos, então, da noção de mediação radical, tal qual proposta por Grusin (2015, p.125), que argumenta que a mídia e suas tecnologias funcionam “técnica, corporal e materialmente para gerar e modular modos ou estruturas afetivas individuais e coletivas de sentimentos entre grupos de humanos e não-humanos” e apresentamos um modelo de análise de jogos digitais que reafirma a existência de diferentes quadros em sua composição, mas que não relega à agência humana um lugar privilegiado dentro da relação jogador-obra. Preferimos, ao invés disso, observar como os aspectos materiais que também compõem a experiência de jogo – desde os mais óbvios, como controles, *mouses*, *headphones*, etc., até os menos perceptíveis, como elementos de *design*, interface de usuário, mecânicas de *gameplay*, entre outros – atuam para criar um tipo único de produto midiático, que se sustenta a partir da junção e interação entre todas os compósitos que o constituem e considera a participação do jogador como mais um dos elementos que contribuirá para a consolidação da experiência final pretendida com a criação do jogo digital, conforme descrevemos a seguir.

### 3. Avançando a noção de formas compostas para a de formas amalgamadas

Para apresentar nosso modelo de análise de jogos digitais, recorreremos, mais uma vez, ao jogo *Hearthstone*, utilizado aqui para introduzir nossa proposta. A construção das cartas em *Hearthstone* pode ser considerada um exemplo significativo para a visualização das diferentes instâncias envolvidas no desenvolvimento de videogames. Esse jogo, conforme mencionado anteriormente, é focado, majoritariamente, no aspecto competitivo, que se dá por meio de batalhas ranqueadas entre jogadores. Entretanto, apesar disso, também procura inserir elementos narrativos em sua estrutura, que estão diretamente ligados às mecânicas e à experiência geral oferecida por seu *gameplay*. Essa fusão entre narrativa e jogabilidade em prol da construção de uma experiência de jogo única resulta numa obra multifacetada, em que o *storytelling* é apenas um dos elementos envolvidos, mas não o protagonista da obra. Retomamos, a seguir, alguns princípios básicos do funcionamento de *Hearthstone* e, depois, partimos deles para fazer a nossa releitura do conceito de formas compostas de Linderoth (2015).

*Hearthstone* se organiza, fundamentalmente, como um duelo de cartas, no qual cada jogador monta um baralho (*deck*) com os recursos à sua disposição e o utiliza de maneira

estratégica para reduzir os 30 pontos de vida de seu oponente a zero. O primeiro a conseguir isso é o vencedor da partida. As cartas de *Hearthstone* são os elementos mais básicos do *gameplay* desse título, em torno dos quais são construídos os baralhos e as diferentes estratégias de batalha. Quanto à sua classificação, tais cartas podem ser genéricas ou pertencer a grupos específicos, chamados de *tribos*, que reúnem, dentro de si, unidades que partilham características estéticas e/ou de funcionalidade – atuando, de certa forma, como os naipes dos baralhos tradicionais. Existem, até o presente momento, oito tribos diferentes em *Hearthstone*, que são: elementais, mecanóides, demônios, murlocs, dragões, feras, piratas e totens.

Além das tribos de *cards*, *Hearthstone* possui, ainda, dez classes de personagens diferentes, que podem ser escolhidas pelo jogador para construir seus baralhos. Cada uma dessas classes tem recursos exclusivos e possui sinergias específicas, que procuram tirar proveito de certas tribos de cartas – a classe dos ladinos, por exemplo, geralmente faz uso da tribo dos piratas; já os magos costumam usar elementais; xamãs usam totens; caçadores usam feras; sacerdotes usam dragões; bruxos usam demônios; e assim por diante, adicionando, por meio de tais sinergias, um elemento a mais à identidade de cada um desses arquétipos de jogo. Conhecer as particularidades e sinergias de cada classe é fundamental para o jogador que deseja ser bem-sucedido ao construir seus decks. A classe dos ladinos, por exemplo, faz uso constante de armas; portanto, a citada sinergia com a tribo dos piratas favorece tal *gameplay*, por conta desses personagens oferecerem benefícios às armas ou se aproveitarem do fato de o jogador possuir uma arma equipada. Já os caçadores, por sua vez, possuem uma série de recursos que, para ser ativada, exige a presença de uma fera em campo, justificando, assim, a necessidade de incluir cartas dessa tribo dentro dos baralhos da classe; e, assim como nesses dois exemplos mencionados, uma orientação semelhante se aplica a todas as demais classes do jogo.

### *3.1 – Mudanças na jogabilidade de Hearthstone com a inserção da “Amálgama do Pesadelo”*

Uma novidade expressiva adicionada a *Hearthstone* foi a carta de laçao neutra *Amálgama do Pesadelo*, incluída na expansão “*O Bosque das Bruxas*”, de 2018. Foi a primeira vez que vimos um único *card* combinar em si todas as diferentes tribos existentes

no jogo, quase como uma carta coringa. Em termos narrativos, ela foi inicialmente apresentada como um possível monstro corrompido pela bruxa Hagatha, vilã da expansão da qual o *card* fazia parte; porém, posteriormente, com o anúncio da expansão seguinte, foi revelado que o personagem se tratava, na verdade, de um dos resultados dos experimentos de Dr. Cabum, o gênio louco, justificando a junção de tantas características diferentes numa mesma criatura. Analisemos a imagem da carta, logo abaixo (figura 5).



**Figura 5:** Carta “Amalgama do Pesadelo”. Fonte: Blizzard Entertainment.

Primeiro, ao observar a representação da criatura, nota-se que seu corpo é formado por partes de cada uma das tribos: temos asas de dragão, chifres de demônio, face de elemental, um braço de totem e outro de mecanóide, tronco de murloc, patas e cauda de fera e chapéu e tapa-olho de pirata. Abaixo do nome, vemos a descrição da carta, listando cada uma das tribos a qual ela pertence: “Isto é um Elemental, Mecanoide, Demônio, Murloc, Dragão, Fera, Pirata e Totem”. Por fim, no local onde deveria estar indicada a tribo da carta, pela primeira vez vemos no jogo uma nova denominação: “Tudo”.

A inserção de tal carta ao jogo trouxe uma nova dimensão ao *gameplay* de *Hearthstone*: com ela, os decks agora poderiam aproveitar diferentes sinergias de tribos em um mesmo lacaio. Um dos decks da primeira temporada de 2019, por exemplo, o Ladino Tempo, usava a Amalgama do Pesadelo porque ela podia ser comprada do deck por *cards* que filtravam o baralho e buscavam por personagens piratas, como *Grupo de Pilhagem* e *Capitã Presagancho*. Ao mesmo tempo, por também ser um mecanóide, Amalgama permitia, ainda, que o jogador utilizasse os *cards* *Zilliax* e *CLIC-CLAC*,

incluídos nesse mesmo deck, para conceder a ela benefícios magnéticos, exclusivos dessa outra tribo (figura 6).



**Figura 6:** Cartas utilizadas no deck “Ladino Tempo”. Fonte: Blizzard Entertainment.

No entanto, do mesmo modo que a junção das tribos em uma única carta permitiu aos jogadores explorar diferentes sinergias, ela também adicionou novas fraquezas. Existem várias cartas criadas ao longo da existência de *Hearthstone* exclusivamente para neutralizar ameaças de tribos específicas, como *Caranguejo Faminto*, que destrói murlocs, e *Pacto Sacrificial*, que destrói demônios – a Amálgama do Pesadelo pode ser igualmente destruída por cada uma dessas cartas direcionadas a uma tribo determinada, aumentando, assim, suas vulnerabilidades<sup>61</sup> (figura 7).



**Figura 7:** Cartas “Caranguejo Faminto” e “Pacto Sacrificial”. Fonte: Blizzard Entertainment.

<sup>61</sup> Em 20 de abril de 2020, a carta “Pacto Sacrificial” foi modificada, passando a destruir apenas demônios aliados, mas o exemplo citado no texto se manteve tal qual descrito ao longo de todo período em que a “Amálgama do Pesadelo” esteve presente no modo Padrão de jogo (ciclo 2018-2019). Fonte: <https://us.forums.blizzard.com/en/hearthstone/t/1702-balance-patch/30521> (último acesso em 16/07/2020).

### 3.2 – Dissecando a “Amálgama do Pesadelo”: uma metáfora para a produção de jogos digitais contemporânea

Quando Linderoth (2015) sugeriu que entendêssemos os videogames como formas compostas, ele tomou o exemplo da poesia de Blake, que unia pintura e elementos textuais. No entanto, mesmo que idealizados para atuarem em conjunto, tais componentes, em certa medida, preservavam suas características individuais e podiam ser compreendidos ainda que visualizados separadamente. Porém, quando observamos a produção de jogos digitais contemporânea, nos parece que ela está muito mais próxima, de maneira metafórica, à *Amálgama do Pesadelo*, de *Hearthstone*, do que à obra de Blake.

Sim, é possível observar as diferentes partes que compõem a Amálgama, e até mesmo identificar a origem de cada uma, mas elas não funcionam sozinhas. Uma asa de dragão ou um chifre de demônio, analisados individualmente, não fazem jus à complexidade da criatura da qual fazem parte. Em segundo lugar, numa dimensão de *storytelling*, tais componentes adquirem ainda uma outra função ao serem incorporados ao corpo da Amálgama, resultado de experimentos de um cientista maluco; de fato, é sabido que elas conferem à criatura as vantagens e as fraquezas de cada tribo, mas, mais do que isso, tais partes também atuam como estruturas que compõem a unidade física do monstro – elas são braços, pernas, asas, chifres, etc., sem os quais o personagem não poderia existir, se movimentar, tomar parte nas batalhas, e assim por diante. Como o próprio texto da carta descreve, a Amálgama é cada uma das tribos, individualmente, mas, ao mesmo tempo, é “tudo”.

Quando observamos os compósitos que formam aquilo que Linderoth (2015) chama de forma composta dos videogames, também conseguimos identificar, individualmente, por exemplo, a narrativa, a música, os elementos de *gameplay* (*quick time events*, *puzzles*, *bosses*, *check-points*, etc.), o *design*, a interface de usuário, os dispositivos periféricos e vários outros. No entanto, o que sugerimos aqui é que tais unidades, ainda que possam ser separadas do todo e possuam suas próprias características, assumem um segundo objetivo ao compor um jogo digital – assim como os membros que compõem o corpo da *Amálgama do Pesadelo*. Dessa forma, quando se fala, por exemplo, da narrativa de uma obra específica, deve se considerar que ela foi criada para suportar certos elementos de *gameplay*, que foram criados em interação com um modelo de *design*, que foi construído em cima de um motor de jogo específico, escolhido, por sua vez, por permitir determinado



padrão de interface de usuário, e assim sucessivamente, num modelo circular, no qual os desenvolvedores atuam conjuntamente para compor a arquitetura daquela criação, com suas diretrizes e com os recursos materiais disponíveis, de uma maneira em que todas as partes estejam idealmente em harmonia e suportem umas às outras. Dessa forma, o jogo é cada uma delas, com suas sinergias e vulnerabilidades, mas também é “tudo”.

Logo, ainda que seja possível uma análise da narrativa de um jogo digital por si só, acreditamos que os encargos e diretrizes envolvidos na criação desse compósito específico não serão completamente compreendidos sem a observação dos demais compósitos – uma asa de dragão é apenas uma asa de dragão quando observada sozinha; mas, ao observarmos o tamanho e o peso do corpo que ela deve sustentar no ar, entendemos porque ela é constituída de uma maneira e não de outra. Ao observar a cultura de produção de jogos digitais contemporânea, defendemos que esses artefatos já atingiram um novo estágio, indo além da noção de forma composta introduzida por Linderoth (2015). Narrativa, jogabilidade, música, *design*, e todos os outros elementos que formam essas obras não possuem uma independência em relação às demais partes tão pronunciada quanto aquela verificada nos elementos da poesia iluminista de Blake, por exemplo. Agora, nos parece que cada uma dessas partes, ainda que possam ser percebidas e distinguidas entre si, atingem uma nova forma de existência, em que só fazem sentido se relacionadas, em função umas das outras e em contexto com as relações de *troc* a partir das quais se deu sua criação. É um outro tipo de narrativa, que só se completa contiguamente à jogabilidade, que, por sua vez, só se completa em conjunto com a música, que, por consequência, só se completará lado a lado com o *design*, e assim sucessivamente, de maneira cíclica.

Tal qual Linderoth (2015), propomos o distanciamento da oposição narrativa *versus* jogabilidade em prol de outro modelo que considere a junção de todas as camadas indicadas anteriormente pela noção de forma composta; porém, reformulamos tal entendimento em direção a um segundo estágio, mais avançado, no qual essa interdependência entre as partes é ainda mais acentuada e está diretamente relacionada com o contexto de produção, materiais e técnicas disponíveis no momento da criação da obra. Retomando a comparação com o *card Amálgama do Pesadelo*, de *Hearthstone*, sugerimos, por nossa vez, a noção de *forma amalgamada*. Uma amálgama é uma fusão perfeita de diferentes elementos que formam um novo todo; acreditamos que essa seja

uma metáfora apropriada para descrever a constituição de um jogo digital contemporâneo. Antes de prosseguirmos, no entanto, buscamos evidenciar, mais uma vez, a plausibilidade de tal categorização a partir da análise de outro *card* de *Hearthstone*, apresentada a seguir.

### 3.3 - A noção de forma amalgamada em prática: uma análise da “Múmia Inquieta”

*Salvadores de Uldum* foi a segunda expansão do “Ano do Dragão” em *Hearthstone*, lançada em 06 de agosto de 2019. Cada expansão introduz cerca de 135 novos *cards* ao jogo, que exploram uma temática específica, geralmente extraída do universo de *World of Warcraft*, do qual *Hearthstone* é derivado. Uldum é uma região fictícia localizada em meio a um deserto, repleta de tumbas e templos ancestrais, diretamente inspirada pela cultura egípcia. As cartas desse novo conjunto procuram explorar e apresentar tal ambientação aos jogadores. Tomamos como caso exemplar uma das primeiras cartas reveladas quando a expansão foi anunciada, cerca de um mês antes de seu lançamento, um laçao comum da classe guerreiro: a *Múmia Inquieta* – veja na imagem abaixo (figura 8).



**Figura 8:** Carta “Múmia Inquieta”.  
Fonte: Blizzard Entertainment.

É possível identificar elementos de composição desse *card* em pelo menos três categorias mais básicas: 1) funcionalidade, 2) identidade audiovisual e 3) narrativa. Tratando primeiramente da *funcionalidade*: cada expansão de *Hearthstone* costuma introduzir pelo menos uma nova mecânica de jogo, representada na forma de uma

palavra-chave. Palavras-chave são termos escritos em negrito, que aparecem no texto de descrição das cartas, abaixo da ilustração, e resumem um tipo de função que o personagem pode desempenhar. Em “*Salvadores de Uldum*”, a palavra-chave introduzida foi “*Renascer*”: lacaios com *Renascer* ressuscitam com um ponto de vida ao morrer pela primeira vez.

No caso específico da *Múmia Inquieta*, vemos que ela combina a nova palavra-chave *Renascer* com uma outra, de uma expansão anterior, a *Rapidez*. Lacaios com *Rapidez* podem atacar outros lacaios imediatamente, assim que são colocados em campo, ao invés de precisarem esperar um turno após serem jogados, como é o comum no jogo. Dessa forma, em termos de *gameplay*, a *Múmia Inquieta* pode ser considerada uma ferramenta de remoção poderosa, já que entra em campo sendo capaz de causar três pontos de dano imediatamente e, após morrer, retornar à vida graças à mecânica de *Renascer* e causar outros três pontos de dano mais uma vez, num mesmo turno. Assim, é possível usar o mesmo laiaio para atacar dois alvos diferentes, ou então eliminar alguma ameaça que possua até seis pontos de vida, fazendo da *Múmia Inquieta* um recurso bastante versátil em diferentes estratégias de jogo.

Quando observamos o laiaio quanto à sua *identidade audiovisual*, vemos que a ilustração foi criada de maneira a suportar tanto a funcionalidade quanto a narrativa: a múmia foi desenhada em movimento, retomando a ideia da mecânica *Rapidez*, como se o personagem entrasse em campo correndo, pronto para desempenhar sua função. Sua expressão alarmada e os braços estendidos, por sua vez, reforçam o nome do laiaio e seu estado de inquietude. Também em termos estéticos, vemos que foi criado um novo tipo de efeito, uma espécie de escudo com rachaduras, azulado, que permanece como uma aura sobre os lacaios com *Renascer*, para indicar que eles ainda não morreram e voltarão à vida quando isso acontecer, quase como a casca de um ovo prestes a chocar – na figura abaixo (figura 9), vemos, à esquerda, o laiaio ainda com o efeito ativo e, à direita, depois de morrer e ressuscitar com um ponto de vida:



**Figura 9:** Carta “Múmia Inquieta” em campo, com e sem o efeito “Renascer” ativo.  
Fonte: Blizzard Entertainment.

Por fim, quanto à *narrativa*, existem alguns pontos a serem destacados. Em primeiro lugar, trata-se de uma múmia, um elemento bastante característico da cultura egípcia e que imediatamente contribui para que o jogador faça uma associação com a temática dessa nova expansão. O fato de ser uma múmia também reforça a ideia apresentada pela mecânica *Renascer*, afinal, dentro da mitologia egípcia, acreditava-se que os corpos mumificados seriam reutilizados por seus donos em um momento pós-morte.

No caso da *Múmia Inquieta*, especificamente, vemos, também, como o *storytelling* do personagem foi criado para reforçar sua mecânica. Primeiramente, o nome imediatamente oferece uma indicação do caráter da criatura, ao descrevê-la como “inquieta”, característica que condiz com a jogabilidade da carta, que entra em campo já podendo se movimentar e atacar diferentes alvos. Em segundo lugar, ao ser evocada, a carta possui uma linha de diálogo, dizendo “nenhuma tumba vai me segurar!”, reforçando, outra vez, sua possibilidade de renascer após ser derrotada. Por fim, ao consultar as cartas na coleção, é possível encontrar, ainda, um trecho descritivo, que geralmente revela algum detalhe sobre a história ficcional do personagem; no caso da *Múmia Inquieta*, temos o seguinte trecho: “Síndrome de ansiedade pós-separação da vida” que, mais uma vez, reintroduz a ideia de um laçao que não se conforma com a morte e que permanece constantemente revivendo.

Assim, observando apenas três instâncias mais básicas envolvidas na construção da *Múmia Inquieta*, já é possível verificar a inter-relação entre diferentes compósitos – a funcionalidade que interfere na identidade audiovisual que interfere na narrativa que interfere na funcionalidade – em consonância com a ideia de videogames como formas amalgamadas, tal qual proposto anteriormente. No caso utilizado como exemplo, vemos que a totalidade desse personagem, em específico, só se revela a partir de um tipo de análise que considera, pelo menos, esses três níveis mais básicos em conjunto e que se complementa com a participação do jogador – a *Múmia* precisa ser jogada e direcionada rumo a um alvo para podermos ouvir sua fala e conhecermos todos os seus efeitos visuais e sonoros.

Ao optarmos, nesta pesquisa, por analisar jogos digitais como formas amalgamadas, acreditamos partir de um referencial teórico-metodológico mais completo, que considera toda a cadeia de produção envolvida na criação da obra, bem como os recursos técnicos, materiais e as relações de *troc* existentes entre os estúdios, os profissionais, a crítica especializada, o público consumidor, entre outros. Por outro lado, também reforçamos que tal modelo é suficientemente flexível ao permitir a análise de apenas um, ou parte, dos elementos constitutivos do objeto, destacando-o em relação ao todo, porém sem perder de vista as relações com o conjunto da obra, já sintetizados pelo conceito de amálgama em si. No caso específico de *Hearthstone*, tanto a *Múmia Inquieta* quanto a *Amálgama do Pesadelo* são apenas exemplos individuais de cartas, as partes mais básicas que compõem esse jogo digital. Nosso próximo passo para o estudo do *storytelling* nesse título foi dado ampliando o esquema utilizado na análise da *Múmia Inquieta* e aplicando-o ao jogo como um todo, de maneira mais abrangente. Tomamos essas mesmas três categorias mais básicas que podem ser verificadas nos compósitos de um jogo digital – funcionalidade, identidade audiovisual e narrativa – e as discutimos conforme recuperamos passagens marcantes do histórico de desenvolvimento de *Hearthstone*. O objetivo foi verificar como se deu a construção dessa forma amalgamada específica e como cada uma dessas partes se entrelaçou ao longo do processo de construção do produto final. Mais uma vez, mantivemos as orientações da metodologia de Caldwell (2008), tal qual feito no primeiro capítulo da tese, mesclando a análise propriamente dita com os testemunhos dos *designers* e especialistas, retirados de diferentes entrevistas concedidas à mídia especializada.

#### 4. Analisando a forma amalgamada de *Hearthstone*: funcionalidade, identidade audiovisual e narrativa

Uma das perguntas mais comuns quando se observa o sucesso massivo de *Hearthstone* no nicho dos *card games* digitais é, sem dúvidas, o que torna o jogo tão atraente. De fato, conforme mencionado anteriormente, parte considerável das mecânicas utilizadas no título foi adaptada de outros jogos já estabelecidos no segmento dos TCGs físicos, como *Magic: The Gathering*; no entanto, quando observadas outras obras semelhantes em mídia digital, nota-se que poucas conseguiram atingir o mesmo patamar alcançado pelo jogo da Blizzard. Cientes disso, nessa seção nos dedicamos a abrir a caixa-forte que guarda os segredos dessa forma amalgamada tão singular e observar como os compósitos de três diferentes segmentos – funcionalidade, identidade audiovisual e narrativa – atuaram na construção da obra.

##### 4.1 – A funcionalidade de *Hearthstone*

Uma das diretrizes da Blizzard<sup>62</sup> que mais guiou a construção da jogabilidade de *Hearthstone* foi aquela referente à acessibilidade<sup>63</sup>: trata-se de um jogo receptivo para iniciantes ou jogadores casuais, fácil de aprender, com mecânicas simples, baseado em turnos e com regras claras. No entanto, a variedade de elementos, como lacaio, feitiços, armas, tribos de cartas, diferentes classes com diferentes poderes heroicos, raridades dos recursos, entre outros, contribui para que os jogadores possam criar estratégias complexas e multifacetadas, de maneira com que o jogo vai se tornando mais profundo conforme o jogador adquire mais experiência. Dessa forma, *Hearthstone* pode ser apreciado tanto por quem deseja uma experiência mais casual, quanto por um jogador *hardcore*, que procura experimentar sinergias intrincadas e jogadas de alto nível estratégico. O *designer* de jogos Will Luton – que também atua como jogador em torneios de *Magic* – sintetizou essa orientação ao falar de *Hearthstone* em uma entrevista ao The Guardian:

---

<sup>62</sup> Sempre que surgir qualquer referência a uma das diretrizes da Blizzard Entertainment, apresentadas na Parte I, mencionaremos a diretriz em questão como nota de rodapé, para facilitar o entendimento e o acesso a essas informações.

<sup>63</sup> Diretriz IV: Os jogos devem ser acessíveis, atrativos e conter elementos que facilitem a identificação por parte dos jogadores.

O interessante de *Hearthstone* é que ele, na verdade, faz muito menos do que *Magic* e outros CCGs. *Magic* é um jogo tão complexo que até o menor organizador de torneios precisa contratar juízes, que são classificados através de procedimentos de treinamento e testes incrivelmente rigorosos pelo órgão regulador de torneios da *Wizard of the Coast*, o DCI. Mesmo os principais [jogadores] profissionais chamam juízes e fazem perguntas sobre interações com *cards* ou momentos específicos dos eventos [de jogo] e, em alguns casos, não há resposta e os *cards* precisam ser alterados ou decisões tomadas no *Gatherer*, o banco de dados dos *cards* de *Magic* (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

*Hearthstone*, em comparação com *Magic*, é muito mais simples, removendo elementos que possam perturbar o ritmo e a fluidez da partida. Uma das principais diferenças, por exemplo, é que os jogadores jogam sozinhos em seus turnos; e, ao contrário de muitos títulos desse gênero, não é possível interferir na jogada do adversário, bloquear algum ataque ou anular algum feitiço no momento em que essas ações são feitas. Tal qual numa partida de xadrez, é preciso esperar o oponente passar a vez e, só então, o jogador poderá pensar numa resposta à ofensiva de seu inimigo com os recursos que tiver disponíveis naquele momento. Eric Dodds, um dos primeiros *designers*-chefe de *Hearthstone*, revelou que o jogo era muito mais complexo durante seus estágios iniciais de desenvolvimento. Ele cita o exemplo da mecânica *Provocar*, por meio da qual um lacaio que possui essa palavra-chave se transforma em um obstáculo em campo que precisa ser removido primeiro, obrigatoriamente, para só então ser possível atacar outros alvos:

[...] Originalmente pensamos que o jogador deveria selecionar qual atacante inimigo o lacaio [com a mecânica *Provocar*] deveria bloquear. Mas tentamos isso e não gostamos da quebra de fluxo entre os turnos. Então, simplificamos a mecânica. Fizemos muitas alterações como essa ao longo do tempo (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

Luton aponta que essa opção, ao mesmo tempo que torna o jogo mais acessível, ainda é complexa o bastante para reter muitas das características que tornam os CCGs tradicionais tão bem-sucedidos. Um exemplo são as táticas de jogo: muitas delas, utilizadas em títulos mais complexos, também podem ser aplicadas aqui, já que as estruturas e demandas subjacentes do *gameplay* são praticamente as mesmas. Como ele explica:

Todos os jogos de CCG podem ser abstraídos e considerados como uma troca constante de valor [...]. [Assim,] um bom jogador pode entrar em *Hearthstone* e aplicar teorias há muito testadas, como a vantagem de tempo *versus*

quantidade de cartas ou a teoria do *beatdown*<sup>64</sup>, com muita eficiência. Por exemplo, ele saberá que transformar uma criatura com o feitiço *Polimorfia* e depois acertá-la com uma *Bola de Fogo* irá custar duas cartas para remover um único laçao, sendo, assim, uma troca de valor ruim, enquanto um novo jogador provavelmente não fará essa consideração. Mas, com o tempo, e com exposição suficiente à teoria, os jogadores começam a considerar todas as jogadas que fazem a partir de uma perspectiva de valor (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

Opinião semelhante possui Matt Burke, jogador de *Hearthstone* e *youtuber*. Ele concorda com Luton ao afirmar que, embora o jogo seja superintuitivo, ainda mantém complexidade suficiente para permitir que o jogador seja criativo em suas estratégias. Burke indica que, assim como no xadrez, diferentes táticas entram e saem de moda à medida que novas expansões são lançadas e que a base de jogadores evolui. No entanto, ele sinaliza que a sorte e a aleatoriedade também têm um papel fundamental nessa receita de sucesso aplicada em *Hearthstone*. De fato, conforme atestado pelos desenvolvedores, o título compartilha semelhanças com o pôquer, jogo que serviu como modelo e do qual alguns elementos foram adaptados – um exemplo é a sequência de “*mulligan*” no início das partidas, na qual os jogadores podem escolher manter ou trocar as cartas que receberam em sua mão inicial. Mesmo com os baralhos sendo personalizados, a sorte ainda é fator determinante, já que não se sabe quais cartas serão compradas a cada turno, nem em que ordem elas virão, então é preciso trabalhar de acordo com os recursos recebidos aleatoriamente. E é justamente esse “acaso” que gera momentos memoráveis e que acaba incentivando parte do público a se interessar pelo jogo, como Burke demonstra em sua fala:

Quando alguém joga *Hearthstone*, sempre existem combos de cartas muito legais que você espera conseguir realizar. Se você tiver muita sorte, é uma sensação muito boa. Por exemplo, usar a moeda para jogar um *Alarmobô* [laçao comum de custo três] no turno dois e, no próximo turno, ele evocar *Ysera*, uma carta lendária de dragão de custo nove, ou ter dois *Malabaristas de Facas* em campo antes de encher o tabuleiro com *Onyxia* e seus filhotes, e assistir aos Malabaristas trabalharem jogando suas adagas, limpando o tabuleiro [aleatoriamente] e, eventualmente, ganhando o jogo para mim. Esses são momentos únicos; é tão emocionante quando acontece! (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

---

<sup>64</sup> O termo “teoria do *beatdown*” se refere a um artigo clássico de Mike Flores, de 1999, “*Who’s the beatdown?*”, que introduziu o conceito de papéis assumidos pelos jogadores em partidas de *Magic*, que poderiam ser de controle ou de agressão. O conceito se popularizou e foi aplicado também a outros jogos, como *Hearthstone*. Mais informações em: <http://gameanalysis.net/?p=775> (último acesso em 10/12/2019).



Essa aleatoriedade é outra das grandes marcas da funcionalidade de *Hearthstone*. O jogo abraça sem medo os chamados “efeitos de RNG” (sigla para *random number generator*), que introduzem elementos nas partidas que são determinados totalmente ao acaso. Por exemplo, quando você tem uma carta que evoca um lacaio aleatório de custo dois, como é o caso do *Servo Sem-Rosto*, é o computador que irá fazer esse trabalho de determinar, aleatoriamente, qual criatura você irá receber dentro da gama de opções disponíveis. Você poderá ter sorte e evocar um lacaio com efeitos adicionais benéficos, como é o caso do *Mago Sangrento Thalnos*, que tem dano mágico e irá comprar uma carta adicional ao morrer, ou ser azarado e receber um *Agoureiro*, que irá destruir todos os lacaios que você tiver colocado em campo no início do seu próximo turno (ver figura 10). Assim como o rolar de dados, não é possível saber o resultado atingido enquanto você não fizer uso daquela carta.



**Figura 10:** Carta “*Servo Sem-Rosto*” e exemplos de lacaios diversos de custo 2 existentes em *Hearthstone*, que podem ser evocados por ela. Fonte: Blizzard Entertainment.

O RNG é um grande diferencial de *Hearthstone* se comparado aos *card games* físicos. O fato de o jogo existir apenas em um meio digital torna possível a aplicação de uma série de efeitos aleatórios que dificilmente poderiam ser replicados com cartas de papel. E, ao mesmo tempo em que insere um elemento imprevisível, que faz com que as partidas nunca pareçam semelhantes entre si, agradando jogadores casuais, também possibilita que os jogadores mais dedicados aprendam a lidar com os possíveis resultados aleatórios e passem a incluir, também, esse elemento ao elaborar suas estratégias.

Ainda assim, apesar de parecerem justos em teoria, uma vez que a aleatoriedade pode beneficiar qualquer um dos jogadores numa partida, os efeitos de RNG também

foram responsáveis por gerar polêmicas em meio à comunidade do jogo. Um exemplo memorável se deu com a final do Campeonato Mundial de *Hearthstone* de 2016, que consagrou o jogador russo Pavel Beltiukov como vencedor. A controvérsia se deu pelo fato de parte considerável das cartas utilizadas por Pavel, que tinham seu efeito determinado por RNG, obterem um resultado extremamente positivo ao longo da sequência de partidas, motivando uma parcela do público a apontar que o campeão do torneio havia conseguido tal feito apenas por “ser muito sortudo”.

Obviamente, tais acusações foram motivadas pelos momentos impressionantes de sorte experimentados por Pavel, que chamaram muito mais atenção do que suas jogadas comuns – um exemplo marcante disso foi quando um dos oponentes do jogador tinha colocado *Malygos* em campo, um lacaio lendário com efeito devastador, para o qual Pavel não tinha resposta; no turno seguinte, Pavel comprou a carta *Livro Murmurante*, que adiciona um feitiço de mago aleatório à mão do jogador e, ao jogá-la, dos 29 resultados de feitiço possíveis, conseguiu exatamente *Polimorfia*, o único feitiço que o permitiria remover o *Malygos* de seu adversário imediatamente, transformando-o em uma ovelha (ver figura 10). Graças a isso, foi muito comum ver nos fóruns *online* de *Hearthstone* jogadores se referindo à carta *Livro Murmurante* como “*Livro de Pavel*” nas semanas seguintes à vitória do russo, apenas uma das inúmeras reações ao resultado do Campeonato Mundial.



**Figura 11:** Cartas utilizadas na partida do jogador Pavel Beltiukov, na final do Campeonato Mundial de *Hearthstone* do ano de 2016. Fonte: Blizzard Entertainment.

Porém, apesar de, à primeira vista, a aleatoriedade parecer ser a responsável por consagrar Pavel campeão, não tardaram a aparecer análises mais aprofundadas de todas as partidas jogadas pelo russo que mostraram que o RNG positivo não foi o principal responsável pelas vitórias do jogador, mas sim o fato de ele as ter jogado habilmente (de fato, apenas 18% das jogadas de Pavel tiveram seu resultado definido por RNG<sup>65</sup>). Isso demonstra que, apesar de elementos de RNG fazerem parte da receita de sucesso e da identidade de *Hearthstone* de modo geral, ainda assim eles são inseridos de maneira a não se tornarem os únicos responsáveis pelas vitórias dos jogadores, sem, no entanto, deixar de oferecer a adrenalina de um elemento imprevisível e uma satisfação semelhante àquela obtida ao rolar os dados em qualquer outro jogo e vê-los oferecer um resultado positivo. Quando questionado se a quantidade de RNG existente em *Hearthstone* poderia impedir o sucesso do jogo no cenário competitivo, o jogador profissional e *streamer* Andrey ‘Reynad’ Yanyuk deu a seguinte resposta:

Ele [o RNG] é o principal motivo pelo qual pessoas se tornaram celebridades sem fazer literalmente nada, como eu (ri). O aspecto do RNG é a razão pela qual os jogadores casuais estão aqui. Os *designers* do jogo sabem o que eles estão fazendo. É realmente preguiçoso e ignorante dizer, por exemplo, que o RNG é mau ou que o RNG é bom. Existe um equilíbrio e tudo está em um [mesmo] espectro, e as pessoas responsáveis por desenvolver o jogo são juízes muito melhores para tratar disso do que pessoas com perspectivas limitadas de dentro da comunidade [de jogadores] (PC GAMER, 2015, tradução nossa).

Tratando da inclusão de elementos de RNG no jogo, dois ex-membros do Team 5, Ben Brode e Yong Woo, comentaram, em entrevista ao site DualShockers (2018), que ele é importante para *Hearthstone* não apenas por garantir variedade nas partidas, mas também como um estímulo psicológico para os jogadores. Para Brode e Woo, ao mesmo tempo em que existe frustração gerada por um mau resultado de RNG, o elemento às vezes é útil aos jogadores também para servir como um “vilão”, a quem toda culpa é direcionada. Segundo esses *designers*, é muito mais fácil para o jogador lidar com uma sequência de derrotas culpando um suposto “azar” com os elementos aleatórios do jogo ao invés de assumir que a estratégia utilizada na partida foi ruim – mesmo que a última opção seja a real causa do fracasso na maioria das vezes.

Outra das vantagens de construir um *card game* na forma digital, além da possibilidade de inclusão de efeitos de RNG, é também a de ser muito mais fácil de

---

<sup>65</sup> Fonte: <https://www.redbull.com/us-en/rng-did-not-win-the-hearthstone-world-championship> (último acesso em 03/12/2019).

balancear ou corrigir mecânicas que estejam afetando o cenário competitivo de maneira negativa após o seu lançamento. Quando pensamos nos *card games* físicos, é bastante comum ver cartas acabarem se tornando muito mais poderosas do que o previsto inicialmente e, uma vez que elas já foram impressas e distribuídas em grandes quantidades, não é possível alterá-las, de forma que a solução mais comum é simplesmente banir o uso desses recursos em torneios. No meio digital é bem mais simples realizar os chamados “nerfs” e “buffs”<sup>66</sup>, apenas corrigindo os recursos problemáticos e lançando uma atualização para o jogo com as novas versões das cartas.

De fato, conforme atestado por Ben Brode, em uma entrevista à Forbes (2018), a preocupação com o balanceamento das mecânicas é uma constante que acompanha a equipe do Team 5 desde o princípio do planejamento de novas expansões, retomando outra das diretrizes da Blizzard para seus jogos<sup>67</sup>. Brode foi questionado sobre quais elementos são considerados para julgar se uma mecânica é justa ou não, e respondeu o seguinte:

A principal maneira de nos ajudar a tomar essas decisões é fazendo testes. Há esse fenômeno em que você simplesmente não pode dizer se uma ideia é boa ou ruim até que você a teste. As coisas parecem boas e você diz ‘oh, isso é incrível, vamos fazer isso’. Não sei dizer quantas vezes o primeiro teste de jogo acontece e ficamos tipo, ‘que diabos? Essa é uma péssima ideia! Como não percebemos isso?’ [...] É muito difícil dizer se algo é divertido ou equilibrado apenas observando [o conceito]. Isso requer testes repetidas vezes, para ter uma noção de como as coisas realmente vão funcionar [na prática]. Essa é basicamente a maior métrica pela qual decidimos (FORBES, 2018, tradução nossa).

Para exemplificar o quanto a etapa de testes ocupa parte considerável do processo criativo e o quanto as ideias são ajustadas visando não apenas ao balanceamento das mecânicas, mas também à identidade audiovisual e ao *storytelling*, Brode cita o caso da expansão “*O Bosque das Bruxas*”, a primeira do ano de 2018. A ambientação do conjunto foi a cidade de Guilnéas, cujos habitantes, conforme mostrado anteriormente em *World of Warcraft*, haviam sido afligidos por uma maldição que os transformava em *worgens*, criaturas meio-lobo, meio-humanas, semelhantes a um lobisomem. A solução final

---

<sup>66</sup> Nos videogames, um *nerf* é uma alteração em um jogo que reduz a conveniência ou eficácia de um elemento específico do *gameplay*. O termo também é usado como verbo para o ato de fazer essa alteração. O oposto de *nerf* é *buff*. Fonte: <https://english.stackexchange.com/questions/4221/etymology-of-buff-and-nerf-as-used-in-video-game-slang> (último acesso em 03/12/2019).

<sup>67</sup> Diretriz XIV: As atualizações dos jogos devem trazer inovações que promovam o engajamento e o interesse do público, mas também devem prezar pela manutenção de um cenário competitivo balanceado e diversificado.

encontrada pelo Team 5 para representar a fantasia dos *worgens* por meio de uma mecânica foi criar cartas de personagens que tinham duas versões, uma forma de humano (mais defensiva) e uma forma de lobo (mais agressiva), e que alternavam entre essas formas a cada turno em que estivessem na mão do jogador; assim, era possível escolher o melhor momento para jogar esses *cards* a fim de aproveitar uma ou outra vantagem concedida por cada uma dessas variações. O processo para chegar até esse formato, no entanto, foi bastante extenso:

Nós provavelmente testamos 15 mecânicas de *worgen* diferentes antes de acabarmos nessa. Nós não sabíamos [qual escolher]. Algumas outras pareciam mais legais, mas não eram tão divertidas de jogar, então acabamos indo para a que proporcionou a melhor experiência durante a fase de testes de jogabilidade [...]. Uma das ideias que tivemos foi, ‘ok, temos que ter uma transformação. E se houver um momento em que a lua cheia esteja saindo? Você ouve [os uivos] e agora todos os seus humanos são *worgens*. Como entregamos essa fantasia?’ [...] E, então, assim que você jogava três humanos, logo vinha a lua cheia e todos esses humanos se transformavam em *worgens* e ganhavam atributos [...]. Isso parece muito divertido, certo? Parece interessante. Mas aí veio o problema. O jogo ficava completamente entediante depois do ponto em que você transformava as coisas em *worgens*, porque cada carta era exatamente a mesma [...]. Elas ficavam todas iguais. Essa teoria que tínhamos, de que isso seria realmente divertido, transformar seus laçaios durante o jogo [...], parecia realmente incrível e somente através do teste de jogabilidade percebemos o quão entediante seria quando jogamos de fato. Isso acontece constantemente, repetidamente [durante o processo de criação] (FORBES, 2018, tradução nossa).

A necessidade de balanceamento, juntamente com a criação e introdução de novas mecânicas ao jogo de tempos em tempos, vem ao encontro de outra das diretrizes da Blizzard, que prevê a atualização constante de seus títulos, a fim de promover o interesse e o engajamento dos jogadores de maneira continuada. Em *Hearthstone*, especificamente, a estagnação do jogo geralmente se torna mais perceptível nas últimas semanas antes do lançamento de uma nova expansão; como os jogadores já tiveram tempo suficiente para testar as mais variadas combinações de cartas ao longo de três meses, conseqüentemente já descobriram as listas e as estratégias mais fortes, de maneira que é comum encontrar os mesmos decks repetidamente nas partidas ranqueadas. Como os jogadores costumam dizer, esse é o período em que “o meta já foi resolvido”. É justamente por esse motivo que o lançamento de novas expansões é tão importante, não apenas por garantir a sustentabilidade financeira do jogo, ao inserir novo conteúdo para venda na loja, mas também por alterar a dinâmica das partidas e promover um sentimento de renovação na

experiência com o *gameplay*. Brode comenta a importância da inclusão de novos conjuntos:

Queremos, quando um novo conjunto é lançado, mudar o meta. Queremos que as pessoas joguem coisas novas, tenham novas experiências, tenham novos problemas para resolver. É por isso que novas expansões são divertidas. Gostaríamos de, por exemplo, não fazer boas cartas que vão direto para os decks que já são bons, porque isso significa que o meta não mudou. Os mesmos decks ainda dominam. Idealmente, criamos cartas poderosas para todas as classes e todas as classes mudam e temos novas maneiras de jogar, mas temos mais espaço para aumentar o nível de poder nas classes que atualmente são as mais fracas, porque podemos criar cartas muito mais poderosas para elas e isso não resultará num meta igual ao anterior, porque essas classes não estavam sendo muito utilizadas anteriormente (FORBES, 2018, tradução nossa).

Logo, conseguimos perceber que os compósitos relacionados à funcionalidade do jogo estão diretamente ligados às diretrizes da Blizzard, de maneira geral, mas também são construídos visando a sustentação de outros elementos da forma amalgamada, tal qual o exemplo da mecânica criada para retratar a fantasia da transformação dos *worgens*. Destacamos, a princípio, as regras simplificadas, o RNG e o balanceamento das mecânicas como três dos principais compósitos de jogabilidade de *Hearthstone*; prosseguimos com a análise dos compósitos relacionados à identidade audiovisual do jogo a seguir.

#### 4.2 – A identidade audiovisual de *Hearthstone*

Assim como a Blizzard possui suas diretrizes mais amplas para a atuação da companhia, também o Team 5 elaborou novas subdiretrizes, que guiaram de maneira mais detalhada o processo de desenvolvimento de *Hearthstone*, e que estavam diretamente ligadas à identidade audiovisual do jogo em si. Ben Thompson, diretor de arte, falou mais sobre esses direcionamentos em um painel na *Comic-Con* (2018) ao comentar a primeira arte de divulgação do jogo (ver figura 12):

Essa foi a peça de divulgação que foi ao ar quando o jogo foi lançado. Nós sentimos que ela realmente capturou muito dos objetivos de *Hearthstone* nos seus dias iniciais, quando ainda estávamos construindo o jogo. Era importante que [essa] arte realmente se conectasse com um ou mais dos nossos quatro pilares principais para o jogo em si, [que deveria ser]: 1) charmoso e extravagante, 2) simples e claro, 3) com um [aspecto] colecionável valioso e 4) real e físico. Eles foram muito importantes porque realmente nos ajudaram

a encontrar um direcionamento estético para o caminho que o jogo seguiria. A qualquer momento durante sua criação, nós olhávamos para esses quatro pilares e verificávamos quantos deles nós estávamos alcançando ao tomar qualquer decisão (COMIC-CON, 2018, tradução nossa).



**Figura 12:** Peça de divulgação utilizada no lançamento de *Hearthstone*.  
Fonte: Blizzard Entertainment.

Para suportar a simplicidade tomada como diretriz tanto para as mecânicas de jogo quanto para a estética das artes, era necessário que *Hearthstone* apresentasse uma interface de usuário que fosse extremamente intuitiva e inteligente, guiando um jogador iniciante, porém sem deixar de ser atraente e de conter elementos estilísticos já consolidados em outras obras da Blizzard, principalmente *World of Warcraft*<sup>68</sup>. Uma das primeiras decisões do Team 5, que serviu para consolidar a identidade audiovisual e o estilo de *Hearthstone*, foi a de que, embora fosse um jogo digital, o título precisaria transmitir aos jogadores a sensação tátil de jogar com cartas físicas em uma mesa real. Dessa forma, quando você selecionar um *card*, ele produzirá o mesmo ruído que você ouviria ao retirar uma carta de um baralho físico; já quando você o joga, há também um som de impacto equivalente, como se estivesse colocando uma lâmina de plástico sobre uma superfície de madeira. Jason Chayes, diretor de produção, comentou mais sobre essa escolha da equipe:

---

<sup>68</sup> Diretriz V: Os jogos devem conter elementos de inovação e seguir um padrão de estilo que seja facilmente reconhecido e remeta ao estúdio.

Grande parte do charme que buscamos – e isso se reflete na interface do usuário do jogo – é essa noção de fisicalidade. As próprias cartas parecem ter peso, como se fossem cuidadosamente elaboradas com materiais exóticos por artesãos [...] de Azeroth [o mundo fictício de *WoW*]. Queríamos ter certeza de que havia um sentimento de persistência imaginativa no jogo (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

Orientação semelhante foi utilizada para criar o cenário onde se desenrolam os duelos, conforme explica Chayes:

Experimentamos muitas ideias diferentes para saber onde você está em *Hearthstone* e porque está jogando. Foi apenas no meio do desenvolvimento que tivemos a noção de que você estava dentro de uma taverna jogando em um pequeno tabuleiro em miniatura. Nós pensamos que essa é uma ótima maneira de jogar, funciona com todos os nossos valores, tem muito charme (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

De fato, a interface de usuário de *Hearthstone* foi toda pensada para simular um jogo de tabuleiro real. Dessa forma, a primeira coisa que o jogador vê quando inicia o jogo é uma caixa de madeira, dentro da qual estão guardados os baralhos e por onde ele pode acessar o tabuleiro, como se estivesse diante da caixa de um jogo físico, real, que precisa ser manuseado para começar a funcionar. Ben Thompson comentou essa opção da equipe:

Quando terminamos de criar outros aspectos do jogo – quando você olha para coisas como a caixa, a interface de usuário – tudo isso também foi fiel a [nossos] valores, tanto quanto as artes dos *cards* [...], feitas por uma gama de artistas incríveis e talentosos. Então, sendo um dos poucos jogos em que a interface de usuário não é meramente uma janela pela qual você vê o jogo, mas ao invés disso é o próprio jogo, de um canto ao outro da tela, foi extremamente importante para nós que o jogador sentisse que ele era mais um habitante de Azeroth, sentado numa taverna, curtindo um de seus jogos favoritos com um amigo [...]. Esse sentimento foi superimportante para nós e realmente criou um referencial para a fantasia do jogo em si” (COMIC-CON, 2018, tradução nossa).

Porém, tal opção trouxe um outro problema: se o jogador estava numa taverna, era necessário manter a sensação de que havia, de fato, outra pessoa sentada à sua frente, do outro lado do tabuleiro. Como *Hearthstone* é um título jogado *online*, o adversário pode estar em qualquer parte do mundo, e a interface original não contava com espaço para imagem de *webcam* ou um avatar na tela, de forma que é impossível ver com quem você está jogando. Para solucionar esse distanciamento entre os oponentes e inserir um elemento de interação social, foi oferecida a possibilidade de selecionar frases dentre as opções disponíveis e enviá-las a seu oponente – elas são faladas com as vozes dos



personagens utilizados na partida e variam dentre saudações, cumprimentos por uma boa jogada e até mesmo provocações, procurando emular as diferentes interações que acontecem entre os jogadores em uma partida de cartas presencial (ver figura 13). Entretanto, os desenvolvedores decidiram que esse era o máximo que desejavam, e não incluíram a opção de conversar com seu adversário em tempo real, por texto ou voz, principalmente por questões de segurança, como explica Chayes:

Parte da noção de acessibilidade era tornar [o jogo] um ambiente muito seguro. Queríamos garantir que você pudesse entrar e se divertir e não ter que se preocupar com comentários negativos e agressões. Por isso, tivemos que assegurar que a interação com outros jogadores estivesse dentro de um ambiente confinado. Mas, ao mesmo tempo, não queríamos perder a sensação de estar sentado em uma mesa no mundo real – sabíamos que a interação era muito importante. Você precisa dizer ‘ei, ótimo jogo’, ou até mesmo ter a capacidade de transformar isso em uma amizade depois da partida. Sabíamos que, se removêssemos completamente isso, seria o mesmo que estar jogando contra uma IA (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).

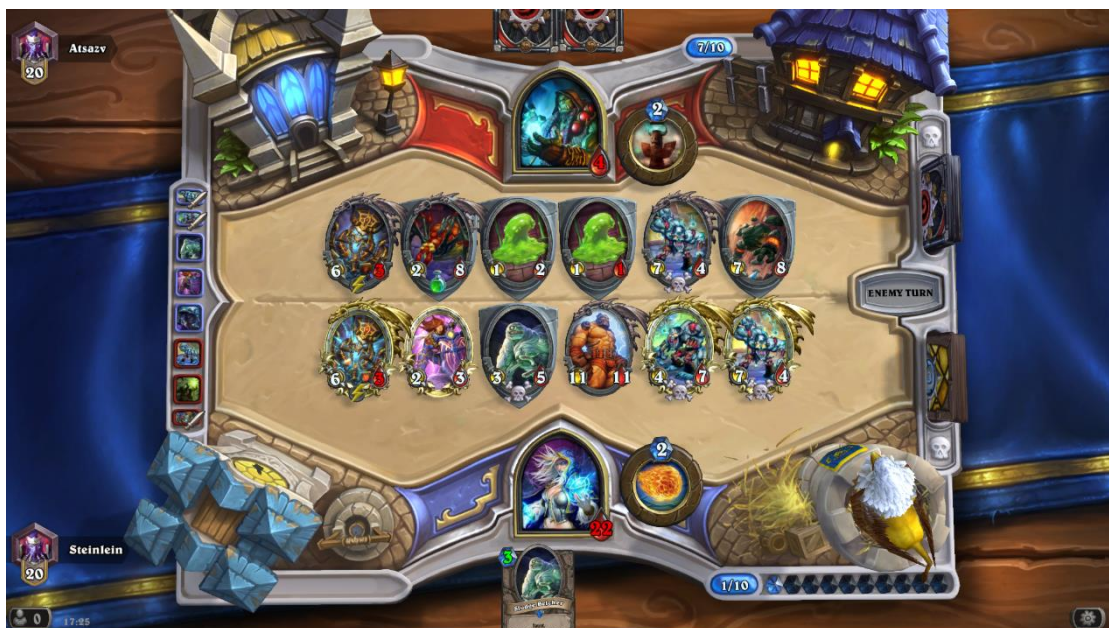


**Figura 13:** Exemplo das diferentes mensagens que os jogadores podem enviar entre si durante uma partida. Fonte: Blizzard Entertainment.

Outro ponto de atenção da equipe foi o tabuleiro onde as cartas eram jogadas. Houve um esforço para que ele pudesse ser interativo e aproveitar dos recursos que apenas o meio digital oferecia. Dessa forma, ao longo das partidas, os jogadores podem interagir com diferentes elementos cênicos dispostos nas bordas do campo de batalha, seja manuseando uma catapulta em miniatura ou acariciando um grifo irritadiço. Existem até mesmo sequências secretas de elementos que podem ser acionados para que o tabuleiro

execute uma animação especial e reproduza a canção-tema de algumas expansões<sup>69</sup> (ver figura 14). Eric Dodds, um dos designers do Team 5, diz que a ideia para a interface interativa foi inspirada no filme *Jumanji* (1995), no qual um jogo de tabuleiro ganha vida. Chayes complementa, dizendo que a preocupação era mais do que “meramente estética”:

A ideia para esses ‘cliques’ veio muito antes. Enquanto jogam jogos de cartas físicos, muitos jogadores gostam de embaralhar as cartas na mão quando não é a sua vez ou manuseá-las – quase como uma distração. Queríamos algo parecido, algo para mantê-lo ocupado enquanto seu oponente estivesse jogando. Então, depois de tomarmos a decisão de nos concentrarmos na fisicalidade deste tabuleiro e neste pequeno ambiente virtual, introduzimos a noção de elementos cênicos clicáveis para atender a essa necessidade (THE GUARDIAN, 2015, tradução nossa).



**Figura 14:** Exemplo de um dos tabuleiros do jogo; os itens nos quatro cantos da tela são clicáveis e o jogador pode interagir com eles. Fonte: Blizzard Entertainment.

Essa sensação de fisicalidade também foi bastante explorada durante a criação dos pacotes de cartas, que são comprados pelos jogadores, bem como nas animações exibidas ao se abrir um deles. Como comenta Ben Thompson, esses momentos são uma grande oportunidade para promover a sensação material e a atmosfera do jogo, sem se esquecer do valor dessas experiências: “é preciso ter certeza de que o jogador se sinta valorizado pelo seu tempo e receba uma resposta valiosa do jogo em si. Cada uma das aberturas de

<sup>69</sup> Veja um exemplo desse tipo de interação em: <https://youtu.be/5so-P452-18> (último acesso em 09/12/2019).

pacotes [de expansões diferentes] é bastante distinta das demais” (COMIC-CON, 2018, tradução nossa). Hadidjah Chamberlain também comentou sobre o seu trabalho de criar as animações para os pacotes:

Todos os pacotes já vêm com um conceito, todos os artistas conceituais trabalham e enviam uma base, e isso já é uma enorme influência em como os materiais vão interagir, como eles podem explodir, que tipo de magia o pacote pode conter ao se rasgar ele em pedaços. É um momento muito divertido que reúne toda a atmosfera de uma determinada expansão. Por exemplo, em *O Bosque das Bruxas* (2018), [o pacote] parecia algo que foi esquecido na floresta, que era valioso, mas que a vegetação começou a crescer sobre ele, algo que não valia mais o risco de voltar atrás para recuperar, e então toda essa magia assustadora que estava contida nele explodia [quando ele era aberto]. Já em *Projeto Cabum* (2018) fomos numa direção muito diferente, com esse pacote mecânico e explosivo, não muito confiável, porque poderia explodir a qualquer momento. Há muitos caminhos diferentes que esses pacotes podem seguir, e os artistas conceituais fazem um trabalho incrível para garantir que eles pareçam únicos em cada expansão. É divertido criar esse pequeno momento, que já é construído em torno do sentimento de empolgação, por você estar conseguindo cartas novas, e elevá-lo a um outro nível, oferecendo um pouco da história e da ambientação dessas cartas junto com eles (COMIC-CON, 2018, tradução nossa).



**Figura 15:** Pacotes de cartas de cinco conjuntos diferentes de *Hearthstone*.

Fonte: Blizzard Entertainment.

Não apenas a interface de usuário e o tabuleiro foram criados seguindo um padrão muito específico; também as artes das cartas, unidades mais básicas de *Hearthstone*, são produzidas buscando atender às diretrizes tanto do próprio Team 5 quanto da Blizzard, de maneira geral, principalmente no que diz respeito à expansão dos universos ficticiais

já existentes<sup>70</sup>. Matt Dixon, artista *freelancer* responsável por ilustrar dezenas de cartas do jogo, revelou detalhes desse processo criativo em entrevista a um dos vários sites especializados em *Hearthstone* criados por fãs, o *Hearthstone Top Decks* (2018). Dixon revelou que, ao receber o convite para contribuir com artes para cartas, nunca havia jogado *World of Warcraft*, mas que fez questão de passar seis meses jogando o título para captar a atmosfera da obra:

[Ao receber a encomenda de arte], talvez nas duas primeiras cartas eu tenha resistido em instalar o *WoW*, mas, depois de um tempo, fiquei muito entusiasmado com o universo. É muito parecido com o meu estilo natural [de arte] em termos de aparência. É colorido, exagerado, cheio de formas grandes, é dinâmico... É com isso que gosto de trabalhar. Então, vendo todas as artes e material de referência, simplesmente não pude resistir (HEARTHSTONE TOP DECKS, 2018, tradução nossa).

Essa relação com *World of Warcraft* foi uma preocupação constante do time, já que eles queriam que *Hearthstone* também fosse receptivo mesmo para um público que não conhecesse o universo do qual ele havia sido derivado. Ben Thompson comentou a esse respeito:

Esse foi um fator importante quando definimos a ambientação do jogo. Seria muito fácil dizer ‘esse jogo se passa no mundo de Azeroth, é derivado de *World of Warcraft*, um *card game* jogado nas tavernas de lá’, e presumir que, ao dizer isso, nossa base de fãs seria a mesma. Presumir isso significaria que, ao chegar em *Hearthstone*, você não precisaria contar muitas histórias, não precisaria atualizar o jogador sobre a história daquele mundo. No entanto, já foi provado que isso não é verdade em todos os casos. Nós tivemos bastante sorte em atrair muitos jogadores que nunca passaram um tempo em Azeroth ou *WoW*, ou, caso tenham ouvido a respeito, foi apenas por intermédio de um amigo ou membro da família [...]. Então, criar um jogo que passa a sensação de estar naquele mundo, mas não contar com nenhuma noção pré-concebida de que a base de jogadores sabe de tudo, é libertador e, ao mesmo tempo, limitante de certa forma. Você precisa ter em mente o entendimento dos jogadores sobre aquele mundo. Algumas dessas coisas aparecem na maneira em que os efeitos funcionam, na maneira em que a fisicalidade das cartas funciona: para os jogadores de *WoW*, eles sabem o que estão olhando quando veem uma certa paleta de cores, ou a diferença entre um mago e um bruxo. Para os novos jogadores, foi [preciso] encontrar uma forma de educá-los que não parecesse lenta ou carregada demais para os jogadores experientes. Todas essas coisas foram consideradas ao criar cada expansão e a interface de usuário como um todo (COMIC-CON, 2018, tradução nossa).

---

<sup>70</sup> Diretriz XII: Os jogos derivados de franquias pré-existentes deverão se manter fieis a *lore* já estabelecida e buscar maneiras de transpor e expandir, por meio de sua jogabilidade, o universo ficcional do qual fazem referência.

Um exemplo de como a *lore* de *World of Warcraft* é referenciada em *Hearthstone* de maneira que possa ser reconhecida por jogadores antigos, mas que também traga uma certa dose de ineditismo, é a carta *Cavaleira de Vidro*, da expansão *O Bosque das Bruxas* (2018). Thompson revelou a inspiração para a personagem (ver figura 16):

[...] Ela [a *Cavaleira de Vidro*] é uma outra peça que evidencia a ideia de que os jogadores de *WoW* recebam algo [da arte], assim como os jogadores de *Hearthstone*, que não conhecem a história de *WoW*. Em Guilnéas, existe uma igreja, que fica no centro da cidade, e que é crucial e importante para a história do vilarejo e dos *worgens* que moram no local. Essa igreja possui vitrais alaranjados, eles são um elemento central, que informam exatamente onde você está quando os vê enquanto joga *WoW*. Que outra maneira de abordar isso senão com um cavaleiro feito de vidro, daquele mesmo vidro alaranjado? Isso é feito em um sentido de que, ao conhecer a história, apenas pela ambientação, podemos colocar esses detalhes aqui e ali [...] e os jogadores irão entender a referência (COMIC-CON, 2018, tradução nossa).



**Figura 16:** Arte da catedral da cidade de Guilnéas, em *World of Warcraft* (à esquerda) e arte da “*Cavaleira de Vidro*”, em *Hearthstone* (à direita). Fonte: Blizzard Entertainment.

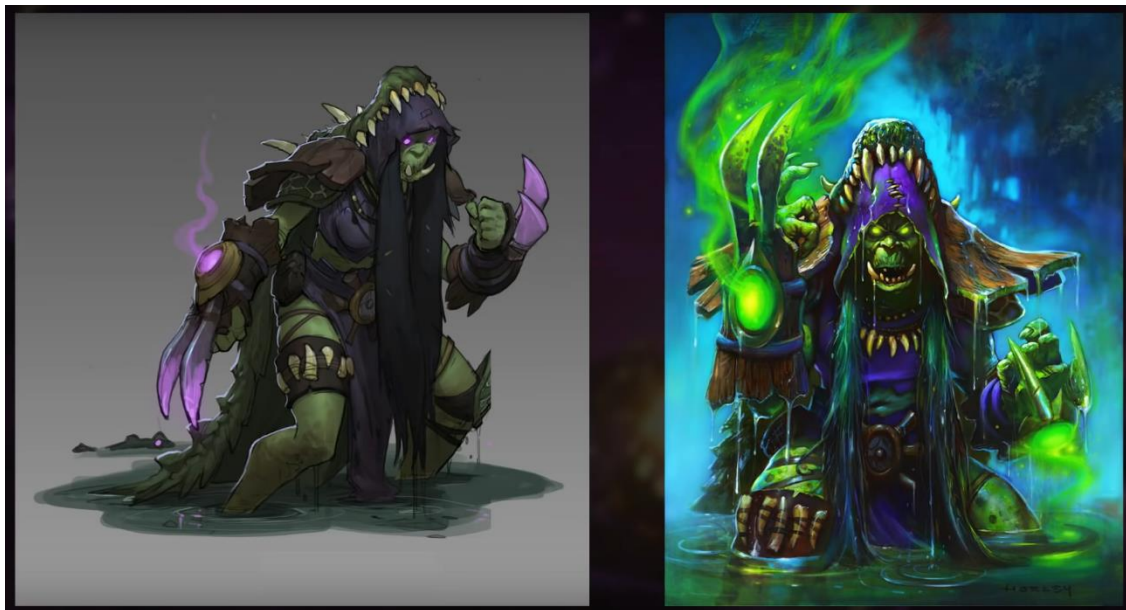
Hadidjah Chamberlain, que também integra o time de criação, comentou sobre a importância de *World of Warcraft* no trabalho de produção das artes:

Obviamente, *WoW* ainda é o núcleo de tudo isso. Então, percorremos as áreas [do jogo] e mergulhamos profundamente em uma tonelada de *lore*. Desde o início do processo de *design* de um conjunto, todos os nossos artistas conceituais separam algumas semanas e se dedicam a desenhar toneladas e toneladas de coisas enquanto percorrem todos os cantos de *WoW*, ao mesmo tempo em que conversam muito com os *designers* [de mecânicas]. Os *designers* [de mecânicas] escrevem a descrição da arte em si, de forma que há muita colaboração entre *designers* e artistas, com o objetivo de criar um guia visual que se torne nosso verdadeiro norte para a criação das artes das cartas e dos materiais de divulgação, tanto para a expansão em si, quanto para o

conteúdo *single-player* (HEARTHSTONE TOP DECKS, 2019, tradução nossa).

No painel sobre a arte de *Hearthstone* na *Comic-Con* (2018), Ben Thompson reforçou outra das diretrizes da Blizzard, que prevê que equipes com funções diferentes possam auxiliar no trabalho umas das outras e cooperar durante a criação de um jogo<sup>71</sup>. Ele citou o exemplo da personagem Hagatha, de *O Bosque das Bruxas* (2018), criada originalmente pelo artista conceitual Jomaro Kindred, também presente na mesa. Kindred comentou a ocasião:

[...] Ela [Hagatha] foi muito divertida de desenhar. Quando uma nova expansão acontece, nós temos um esboço básico [da ambientação], por exemplo, essa floresta assustadora, e o que tentamos fazer foi pensar em que tipo de criatura existiria nessa floresta, e sabíamos com certeza que haveria xamãs, orcs e coisas apavorantes, e eu apenas desenhei Hagatha um dia, um esboço feito em duas horas. Quando o time de *design* viu Hagatha, eles ficaram doidos por ela e a personagem acabou ocupando um papel central na expansão *O Bosque das Bruxas*. [...] Então, é interessante ver como algo que você pensa como um mero rascunho pode ser aproveitado pela equipe de *design* [de mecânicas], e isso funciona de ambos os lados (COMIC-CON, 2018, tradução nossa).



**Figura 17:** Rascunho da personagem Hagatha, feita por Kindred, à esquerda, e arte final de Hagatha, adicionada ao jogo, à direita. Fonte: Blizzard Entertainment.

<sup>71</sup> Diretriz X: A organização do trabalho deve ser feita de tal forma que, pelo menos em uma das fases do projeto, membros de diferentes setores da companhia possam trabalhar em conjunto uns com os outros.

Dixon comentou um pouco mais sobre esse trabalho conjunto, e citou que normalmente os *designers* de mecânica definem o que a carta vai fazer quando for jogada e passam linhas gerais sobre o tipo de ilustração que os artistas da criação deverão produzir:

Os *briefings* são geralmente duas frases que descrevem o personagem, sua raça, uma ação e talvez sua emoção. Pode vir dizendo algo como ‘Gnomo açougueiro irritado perseguindo um Murloc’. São apenas algumas frases que deixam muito espaço para os artistas trabalharem. Também recebemos material de referência. Coisas como folhas de modelo desse personagem em particular, para nos lembrar quais são as proporções de um gnomo, pode haver capturas de tela de *World of Warcraft* ou mesmo apenas arte conceitual. Isso nos dá uma boa base para trabalhar. Também recebemos um guia de estilo para cada expansão, que são cerca de duas dúzias de páginas com ideias e a atmosfera geral do conjunto. Para mim, essa é a rotina, [primeiro], absorver todas as informações. Depois, colocar uma música apropriada e apenas pintar (HEARTHSTONE TOP DECKS, 2018, tradução nossa).

Esses *briefings*, juntamente com o guia de estilo de cada expansão, não só ajudam os artistas a se manterem dentro da identidade audiovisual desse universo ficcional compartilhado, como também os incentivam a dar alguns passos rumo ao estilo próprio do jogo. Dixon relata que essa noção do estilo próprio de *Hearthstone* ainda não era muito definida nos primeiros meses de vida do projeto, mas foi se consolidando com o passar do tempo e com o lançamento de novas expansões:

O que não estava óbvio de cara, e que percebi apenas quando o *feedback* das minhas primeiras peças chegou, é que definitivamente havia uma sensação diferente [no jogo]. É sim bastante estabelecido no universo *Warcraft*, mas *Hearthstone* tem sua própria *vibe*, sua própria atmosfera muito distinta. E acho que essa atmosfera aumentou, ficou muito mais forte à medida que o jogo evoluiu nos últimos dois anos (HEARTHSTONE TOP DECKS, 2018, tradução nossa).

Dixon voltou a comentar esse aspecto no painel na *Comic-Con* San Diego (2018):

Jogar o jogo em si imediatamente te dá um forte senso da aparência de tudo, então eu sempre poderia voltar ao jogo regularmente, quando eu estava tirando uma folga, e ele possui uma estética tão distinta que é muito fácil permanecer nesse *loop*, [de jogar e criar] (COMIC-CON, 2018, tradução nossa).

Além da preocupação em transmitir a ambientação presente em *World of Warcraft*, mas com uma estética e identidade próprias de *Hearthstone*, existem ainda outras demandas que também acabam interferindo no resultado das artes das cartas. Uma delas é a plataforma em que o jogo é distribuído: como *Hearthstone* é jogado em uma infinidade de aparelhos *smartphone* e *tablets* diferentes, há a preocupação de que os elementos sejam

visíveis e possam manter o padrão de estilo mesmo se visualizados em telas menores, conforme comenta Dixon:

Em *Hearthstone*, especialmente no caso dos lacaios, quando as pessoas estão jogando no celular, os gráficos são reduzidos. Do ponto de vista técnico de um artista, a maneira como você compõe uma imagem, a quantidade de detalhes que você pode colocar lá é bem diferente (HEARTHSTONE TOP DECKS, 2018, tradução nossa).

Assim, de maneira geral, quando pensamos nos compósitos de *Hearthstone* relacionados à identidade audiovisual, podemos mencionar, entre os principais deles, a preocupação com os quatro pilares definidos pelo Team 5 para o jogo, e os seus desdobramentos: a criação de uma estética única e reconhecível, fiel à *lore* de *World of Warcraft*, mas sem ser uma mera reprodução; uma preocupação com a acessibilidade, de maneira com que os elementos sejam claros, objetivos e facilmente visualizáveis nos mais variados suportes; a promoção de um sentimento de valor, por meio de animações e efeitos visuais, para que elementos como as cartas ou o momento da abertura de pacotes sejam atraentes e que o jogador se sinta motivado e recompensado ao colecionar esses bens virtuais; e, por fim, a emulação de uma sensação tátil, de fisicalidade, seja na interface de usuário, seja nos próprios elementos de jogo, como cartas e pacotes, para que *Hearthstone* possa recriar a experiência de um *card game* físico e/ou de um jogo de tabuleiro, mesmo sendo completamente digital. Para concluir nossa investigação da forma amalgamada de *Hearthstone*, observamos, por fim, os compósitos relacionados à narrativa, apresentados a seguir.

### 4.3 – A narrativa de *Hearthstone*

A narrativa é, sem dúvidas, um elemento fundamental para a consolidação do estilo de *Hearthstone*. Mais do que uma mera adaptação do universo ficcional de *World of Warcraft*, desde o início houve uma preocupação do Team 5 em incorporar o *storytelling* também nas mecânicas do *gameplay*, de maneira que as ações dos jogadores ao longo das partidas não fossem vazias, mas que também contassem histórias<sup>72</sup>. Por consequência, ao contrário de parte considerável dos demais jogos competitivos *online*, *Hearthstone* é

---

<sup>72</sup> Diretriz VIII: Os jogos devem combinar narrativa e jogabilidade e estimular a criação e expansão de universos ficcionais.



assistido em diferentes plataformas por pessoas que sequer jogam o jogo, de maneira semelhante ao pôquer, que também se consolidou como um esporte de espectador. Uma partida de *Hearthstone*, embora raramente ultrapasse os vinte minutos de duração, tem um ritmo muito mais lento do que a maioria dos *shooters*<sup>73</sup>, como *Counter Strike*, *Fortnite* ou *Free Fire*, sucessos das plataformas de *streaming de games*, o que permite ao público do jogo da Blizzard acompanhar as tomadas de decisão e entender e reagir às jogadas vistas em tempo real sem grandes dificuldades.

Esse ritmo cadenciado também é longo o bastante para que um espectador consiga apreciar as histórias contadas pelo próprios *cards*, não apenas aquelas derivadas de *World of Warcraft*, mas também os elementos inéditos inseridos a esse universo ficcional pelo Team 5, tornando *Hearthstone* um título acessível e interessante mesmo para quem tenha pouco ou nenhum conhecimento do jogo do qual ele deriva. BH Sheperd, escritor e colunista na área de jogos digitais, comentou essa característica do *card game* em uma coluna publicada pelo site Lit Reactor (2016):

Tudo o que ouvi e li sugere que muitos *cards* são retratos precisos do material de origem. Por exemplo, o dragão lendário *Asa-da-Morte* destrói praticamente tudo quando entra em cena [em *Hearthstone*], um reflexo de sua chegada devastadora ao mundo de *World of Warcraft*. Isso é ótimo para os fãs [de *WoW*], mas *Hearthstone* foi a primeira introdução a esse mundo e seus personagens para muitos de seus jogadores, inclusive eu. Apesar da minha falta de conhecimento anterior, fiquei encantado ao descobrir que ainda era capaz de entender e apreciar as histórias que os *cards* tinham para contar (LIT REACTOR, 2016, tradução nossa).

Sheperd cita o exemplo de alguns *cards* do conjunto clássico, que existe desde o lançamento do jogo, como o laçao lendário *Lord Jaraxxus*. Esta carta, por meio de seu personagem e mecânica, conta uma fábula faustiana por si só. Quando jogado em campo, Jaraxxus, um demônio, destrói o personagem do jogador e ocupa o seu lugar, substituindo-o e dando acesso a seus poderes profanos. Como é o caso da maioria dos pactos demoníacos, o poder de Jaraxxus tem um preço: sua saúde limitada – os 30 pontos iniciais de vida são reduzidos pela metade, como uma espécie de “pagamento” do jogador pelas novas habilidades oferecidas pelo demônio<sup>74</sup>. Embora essa carta possa finalizar o

---

<sup>73</sup> Gênero de jogo construído em torno de um *gameplay* voltado a derrotar adversários utilizando armas, daí o nome “*shooter*”.

<sup>74</sup> Vídeo com a animação de entrada de *Lord Jaraxxus* (bem como algumas das interações do personagem com seu adversário) disponível em: <https://youtu.be/ddpwPEso5oY> (último acesso em 09/12/2019).

jogo por si só, se o jogador não conseguir derrotar seu oponente rapidamente, o preço imposto pelo personagem pode acabar se transformando em uma derrota na partida.

Outra carta mencionada por Sheperd é o lacaio lendário *Leeroy Jenkins*, que foi inspirado por um vídeo de um grupo de amigos jogando *World of Warcraft* que viralizou na internet<sup>75</sup>. Durante o vídeo, vemos que um dos integrantes do grupo de jogadores, Leeroy, se ausenta durante o momento em que seus companheiros combinam a estratégia que utilizarão ao adentrar determinado local do mundo de *WoW*, repleto de ovos e filhotes de dragão. Ao retornar, Leeroy, sem saber do combinado, ignora todos os planos e avança sozinho na área, gritando um bordão que se tornaria icônico: “*Leeroy Jenkins!*”. Obviamente, a ação imprudente acabou resultando no fracasso de Leeroy e de seu grupo de amigos. Tal episódio foi eternizado na forma de uma carta de *Hearthstone*: assim como o jogador que a inspirou, a carta consegue entrar em campo e atacar imediatamente, repetindo o mesmo bordão do vídeo viral. Em compensação, sua entrada no tabuleiro evoca dois filhotes de dragão no lado oposto do campo, semelhantes aos enfrentados pelo Leeroy real em *WoW*, e que, juntos, possuem pontos de ataque suficientes para derrotar o personagem no turno seguinte, remetendo à derrota precoce do grupo de amigos registrada no famoso vídeo<sup>76</sup>.



**Figura 18:** Cartas “*Lorde Jaraxxus*” e “*Leeroy Jenkins*”. Fonte: Blizzard Entertainment.

<sup>75</sup> Disponível em: <https://youtu.be/AUluEAAZgsg> (último acesso em 09/12/2019).

<sup>76</sup> Vídeo com a animação de entrada do card *Leeroy Jenkins* disponível em: <https://youtu.be/tBWTcO717qw> (último acesso em 09/12/2019).

Outra das práticas que torna *Hearthstone* tão simples para qualquer iniciante acompanhar é a opção consciente dos desenvolvedores de utilizar o mínimo possível de texto nos *cards*. As mecânicas precisam ser objetivas, práticas e explicadas com clareza. Muitas delas, que são recorrentes em mais de uma carta, foram resumidas na forma de uma palavra-chave em negrito, como é o caso de *Renascer* e *Rapidez*, exemplos que citamos ao analisar o *card Múmia Inquieta* anteriormente. No entanto, mais do que apenas explicar uma mecânica, muitas dessas palavras-chave acabam, também, contando histórias dos personagens por meio de seu funcionamento. Uma das palavras-chave mais significativas, nesse sentido, é *Último Suspiro*, que sinaliza uma ação que acontecerá assim que uma criatura ou arma for destruída. Existem desde exemplos mais literais, de cartas que procuram ilustrar o nome da mecânica em si, como é o caso do *Rastejante Assombrado*, uma aranha que carrega uma maldição e que, ao morrer, evoca duas aranhas fantasmas; até outros usos da mecânica que contam uma história mais elaborada, como, por exemplo, o *card Nanicos Vacilantes*, que retrata três anões que se empilharam e se esconderam debaixo de um casaco para se passarem por um inimigo maior e mais aterrorizante – quando derrotados, os nanicos tem seu disfarce exposto e são “desempilhados”, passando a ocupar três espaços no tabuleiro, separados, cada um com uma arte e dublagem própria (ver figura 19).



**Figura 19:** Cartas “*Rastejante Assombrado*” e “*Nanicos Vacilantes*”, ambas com a mecânica de “Último Suspiro”. Fonte: Blizzard Entertainment.

Essas micronarrativas (BIZZOCCHI, 2007), contadas pelos *cards*, não são, no entanto, o único esforço do Team 5 de explorar o *storytelling* em *Hearthstone*. Um dos grandes passos, nesse sentido, foi a inclusão no jogo das *Aventuras*, um modo *single-player*, disputado contra a IA que, além de servir para desbloquear conteúdos novos para os jogadores, também cumpria o papel de introduzir o conflito central apresentado por aqueles conjuntos de cartas. Dentre as *Aventuras* produzidas, um dos grandes pontos altos foi o lançamento da “*A Liga dos Exploradores*” (2015), que, em seu modo *single-player*, contou a história de um grupo de quatro heróis que tentava impedir os planos do ladrão de artefatos mágicos Rafaam.

Com “*A Liga do Exploradores*” (2015), foi a primeira vez que vimos a estrutura do jogo ser modificada mais significativamente para contar uma história; em um dos estágios dessa *Aventura*, por exemplo, ao invés de derrotar um inimigo, os heróis precisavam, ao invés disso, escapar de um templo repleto de armadilhas mortais. Para tal, era necessário utilizar seus *cards* para desviar dos obstáculos e sobreviver por 10 turnos consecutivos, até encontrar a saída do local<sup>77</sup>. Também em “*A Liga dos Exploradores*” (2015), no duelo final, vimos a característica principal do vilão ser explorada por meio da jogabilidade: ao início do jogo, o vilão Rafaam, um ladrão irremediável, diz que gostou muito do deck do adversário e decidiu “ficar com ele”. Então, ele rouba o deck do jogador e passa a utilizá-lo no confronto, enquanto resta ao oponente jogar com um deck muito mais simples, que Elise, uma das integrantes da Liga, empresta oportunamente.

“*A Liga dos Exploradores*” (2015) foi, de fato, um grande marco em relação à narrativa de *Hearthstone*, conforme atestado pelo diretor de arte Ben Thompson:

Eu acho que o time finalmente entendeu o que o jogo poderia ser ou para onde poderia ir com *A Liga dos Exploradores*, e a razão pela qual eu menciono essa *Aventura*, especificamente, é porque existem coisas em que *Hearthstone* é realmente muito bom e há coisas que oferecem mais desafios em si. Eu acredito que nós temos mais desafios quando lidamos com narrativa e *storytelling* linear. A ideia de que há uma história aqui, de que há personagens, de que há uma trama que nós esperamos que você acompanhe e entenda, isso é muito difícil de transmitir em um conjunto de 130 cartas, é algo que quase beira o impossível caso desejemos contar uma história realmente linear. *World of Warcraft* é ótimo nisso, com missões e personagens, você está viajando pelo mundo e isso flui naturalmente. Por outro lado, algo em que *Hearthstone* é excelente, algo que eu diria que somos ótimos, é a ambientação, coisas como a atmosfera ou a vibe, coisas que deixam evidente que o *Bosque das Bruxas* é

---

<sup>77</sup> Vídeo de *gameplay* desse estágio disponível em: [https://youtu.be/KB\\_6EajoBh4](https://youtu.be/KB_6EajoBh4) (último acesso em 09/12/2019).

diferente de *Goblins vs. Gnomos*, que por sua vez é diferente de algo como *Projeto Cabum* (apesar de haverem coisas explodindo em ambas as expansões). *A Liga dos Exploradores* foi a primeira vez para nós em muitas coisas incríveis, [...] como, por exemplo, poder criar nossos próprios personagens. O único [na Liga] que existia anteriormente em *WoW* era Brann Barbronz, mas os outros três personagens que acabamos adicionando eram novos ao mundo de *Warcraft*, porém pareciam que tinham existido lá o tempo todo. Muito disso foi bastante importante para passar uma mensagem ao público, ‘isso é para onde *Hearthstone* está indo, para onde gostaríamos de levar nossos jogadores conosco se eles permitirem’, e eles [os personagens da Liga] promoveram muitos sentimentos leves, divertidos e extravagantes (COMIC-CON, 2018, tradução nossa).

Outro exemplo significativo do uso de mecânicas de jogo para inserir elementos narrativos foi visto na expansão “*Sussurros dos Deuses Antigos*”, lançada também em 2016. Um quarteto de poderosos Deuses Antigos, já existentes no universo ficcional de *World of Warcraft* e inspirados diretamente pela obra de H.P. Lovecraft, foi adicionado ao mundo de *Hearthstone*, e sua influência sobrenatural foi retratada por meio da corrupção de parte das criaturas do jogo. Assim, nesse conjunto, *Hearthstone* introduziu versões de cartas já bastante conhecidas do público, mas com uma nova roupagem, mais sombria, retratando os efeitos da ação maléfica desses deuses. Complementando essa atmosfera *dark*, a mecânica principal da expansão se deu por meio do lacaio lendário *C’thun* (referência direta ao Cthulhu de Lovecraft), um dos deuses antigos, que precisava ter seus poderes ampliados por meio das preces de seus adoradores fervorosos. Assim, sempre que uma carta de algum dos cultistas de *C’thun* era jogada em campo, o deus adormecido surgia por um portal na tela, mostrando aos jogadores estar ficando cada vez mais forte (ver figura 20). Assim que isso acontecia, seu oponente saberia que *C’thun* estava chegando e teria que fazer o possível para terminar o jogo antes que o terror cósmico acordasse, o que poderia acontecer a qualquer momento a partir do décimo turno da partida. Quando *C’thun* era enfim comprado pelo jogador e colocado no tabuleiro, ele desencadeava uma torrente de dano equivalente à quantidade de bônus de cultistas jogada ao longo da batalha para o fortalecer. Na maioria das vezes, o dano causado era mais do que suficiente para destruir qualquer lacaio inimigo e, possivelmente, até mesmo derrotar o adversário. Sobre essa expansão, o colunista da Lit Reactor, BH Sheperd comentou: “muitos tentaram criar videogames divertidos sobre o horror lovecraftiano e falharam, mas *Hearthstone* conseguiu representar esse pavor crescente com apenas um punhado de cartas” (LIT REACTOR, 2016, tradução nossa).



**Figura 20:** Carta “C'thun”, à esquerda, e animação do personagem mostrando seu crescimento na lateral do tabuleiro sempre que um cultista é jogado, à direita. Fonte: Blizzard Entertainment.

Outra expansão que conseguiu adaptar muitas das mecânicas de *Hearthstone* com o intuito de contar uma história foi a já mencionada “*O Bosque das Bruxas*” (2018). O Team 5 aproveitou o modelo das sessões de masmorra, inseridas na expansão anterior, “*Kobolds & Catacombs*” (2017) e explorou suas possibilidades narrativas ao máximo, ao introduzir em seu *gameplay* a história de quatro valentes cidadãos da fictícia cidade de Guilnéas, que se unem para enfrentar a ameaça da temível bruxa Hagatha, vilã da expansão, em um novo modo de jogo *single-player* chamado “*Caça aos Monstros*”.

“*Caça os Monstros*” foi fortemente construído em torno de seus quatro protagonistas, diferentemente das sessões de masmorra, que serviram de modelo, e nas quais você não jogava com um personagem específico da história do conjunto. Dessa vez, ao iniciar, o jogador escolhia um dos heróis de Guilnéas, que deveria adentrar o Bosque das Bruxas para interromper as ações da bruxa Hagatha. Cada um dos quatro heróis disponíveis tem uma identidade e história bem definidas, e são construídos tomando como base uma classe pré-existente no jogo. Eles também possuem opções de fala diferentes das originais para cada classe, bem como novas habilidades que reforçam sua narrativa: Tess Greymane é uma espiã-rastreadora, e possui uma bolsa de recursos que pode utilizar para recuperar *cards* que foram jogados anteriormente, tanto por ela quanto pelos adversários; o mestre de matilha Shaw é um caçador, e vem acompanhado de sua matilha de cães farejadores; Darius Crowley é especialista em combate armado, então suas

batalhas sempre começarão com um canhão em campo, que ele pode posicionar e disparar visando a diferentes estratégias; e Toki, a Troca-Tempo tem a habilidade de controlar o tempo, permitindo que o jogador recomece o seu turno e desfaça ações anteriores das quais ele tenha se arrependido. Assim, vemos as mecânicas de jogo ajustadas para apoiar a construção narrativa de cada um dos protagonistas.



**Figura 21:** Heróis do modo “*Caça aos Monstros*”, à esquerda, e vilã Hagatha, à direita. Fonte: Blizzard Entertainment.

Outro elemento que destaca o quanto os personagens foram alinhados com a mecânica a fim de suportar a narrativa geral de “*O Bosque das Bruxas*” (2018) se dá por meio da figura da grande vilã, a bruxa Hagatha. Em “*Caça os Monstros*” há um desafio final, que é liberado após o jogador derrotar todos os oito chefes com cada um dos quatro protagonistas; nesse desafio, os quatro heróis se unem numa batalha definitiva contra Hagatha que, como esperado, é um adversário bastante forte, com 100 pontos de vida e uma série de habilidades poderosas. Durante tal confronto, os personagens interagem entre si conforme vão sendo jogados, com diferentes linhas de diálogo, que revelam mais de suas motivações e sentimentos durante aquela derradeira batalha; e, por mais que a ordem em que os heróis entram em campo possa ser alterada pelo jogador, ainda assim a última batalha de “*Caça os Monstros*” consegue produzir uma atmosfera de clímax e encerramento para a história de “*O Bosque das Bruxas*” (2018).

Por fim, é possível localizar, ainda, ao longo do *gameplay* de “*Caça aos Monstros*”, algumas escolhas dos criadores que muito possivelmente foram inseridas para gerar um

“fator surpresa” e provocar determinadas reações nos jogadores de maneira deliberada. É possível citar, como exemplo, a batalha da heroína Toki contra seu chefe final: caso o jogador esteja se saindo bem, o adversário irá se valer dos mesmos poderes de voltar no tempo que Toki possui para reiniciar a partida do zero – no entanto, o inimigo recupera todos os seus pontos de vida, enquanto o jogador não tem acesso a tal benefício. De maneira semelhante, durante a batalha final contra a bruxa Hagatha, um dos recursos que possivelmente surpreende os jogadores é uma carta exclusiva da vilã, chamada “Amalgamar”, que destrói todos os lacaios que estiverem em campo (tanto do lado do jogador quanto do lado da bruxa) e os funde em um único e imenso monstro – semelhante ao *card Amálgama do Pesadelo* –, com todos os pontos de ataque e de vida acumulados, com o qual jogador agora terá que lidar. Em ambos os casos, percebemos que o recurso utilizado pelos desenvolvedores para gerar essa reação nos jogadores é a subversão das regras: tais ações não são permitidas normalmente no jogo em sua versão tradicional, e um personagem ser capaz de utilizar recursos tão poderosos e inéditos contribui para a quebra das expectativas e para a inserção de elementos de novidade à experiência do *gameplay*.

De maneira geral, quando observamos o aspecto narrativo de *Hearthstone*, é possível afirmar que o jogo consegue contar histórias mesmo partindo de mecânicas muito simples e que, à primeira vista, podem não parecer muito promissoras para o *storytelling*. Enquanto muitos jogos tentam organizar suas tramas com *cutscenes*, diálogos entre os personagens e vários objetos de suporte (diários, *e-mails*, gravações de áudio, etc., que o jogador deve consultar para entender a história), *Hearthstone* parte apenas de suas cartas, tabuleiro e jogabilidade para tal. A esse respeito, Sheperd comenta:

[...] Embora esses dispositivos [dos jogos digitais tradicionais] tenham nos servido bem para a narrativa dos videogames, quando usados, sempre parece que os jogos estão pegando emprestado de outras mídias, em vez de contar a história de uma maneira única. Se um filme exibisse um bloco de texto na tela toda vez que quisesse comunicar o que um personagem estava pensando ou sentindo, isso ficaria deslocado, fora de lugar. *Hearthstone* encontra muitas maneiras de contar suas histórias usando as ferramentas exclusivas de seu meio: as mecânicas de jogo. É a forma definitiva do “*show, don’t tell*”. Você não precisa ler uma entrada do diário [de um personagem] ou assistir a uma *cutscene* para entender a história – você a experimenta e entende simplesmente jogando o jogo (LIT REACTOR, 2016, tradução nossa).

Dessa forma, após a análise realizada, verificamos que alguns dos compósitos narrativos mais importantes de *Hearthstone* são: a adaptação de elementos de

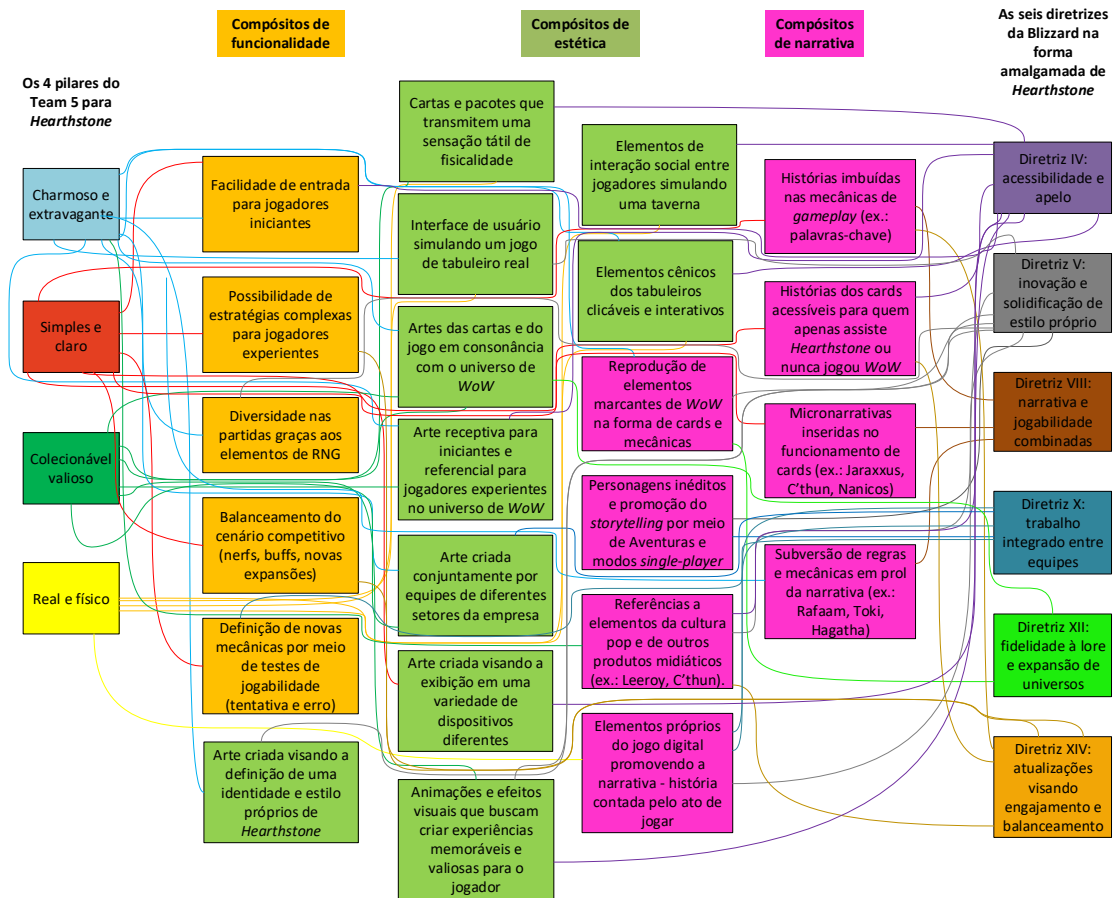


jogabilidade para contar histórias por meio das próprias mecânicas do jogo; um forte senso de acessibilidade, para que as histórias possam ser entendidas por quem apenas assiste as partidas ou nunca jogou *World of Warcraft*; referências à personagens de outros meios – como os deuses antigos inspirados pela obra de LoveCraft – ou à cultura pop de maneira geral – como na carta criada a partir de um vídeo viral –; e o esforço por construir uma identidade e estilo próprios por meio da narrativa, com a criação de personagens inéditos e suas histórias, consolidando *Hearthstone* como um produto que pode ser apreciado por si só, independentemente de sua Obra-fonte, *World of Warcraft*. Tendo analisado os compósitos desses três níveis estruturais de *Hearthstone* – funcionalidade, identidade audiovisual e narrativa – montamos, por fim, a representação gráfica dessa forma amalgamada e da rede de relações existentes entre elas, as diretrizes mais amplas da Blizzard Entertainment e as subdiretrizes do Team 5.

#### 4.4 – Uma representação gráfica da forma amalgamada de *Hearthstone*

Avançando em nossa proposta para o entendimento dos jogos digitais como formas amalgamadas, apresentamos, como encerramento dessa segunda parte de nossa investigação, uma representação visual da forma amalgamada de *Hearthstone*. O esforço realizado ao longo das últimas seções foi o de explorar e identificar os diferentes compósitos, dividindo-os de acordo com três funções mais gerais e os analisando individualmente. Agora, para oferecer uma visão mais ampla da forma amalgamada como um sistema, fizemos o movimento oposto, reunindo novamente os compósitos identificados e reconstruindo a unidade representada por *Hearthstone*. Veja na imagem abaixo (figura 22):

## A FORMA AMALGAMADA DE HEARTHSTONE



**Figura 22:** Representação gráfica da forma amalgamada de *Hearthstone*.  
Fonte: produção própria.

Conforme defendemos nessa segunda parte da pesquisa, quando os compósitos se fundem, é cada vez mais difícil separá-los uns dos outros ou considerá-los sem observar como eles afetam e são afetados entre si internamente. Também é necessário considerar as diretrizes do estúdio criador – sinalizadas no gráfico nas colunas mais à esquerda e mais à direita –, sejam elas auto-impostas pelos profissionais ou geradas pelas relações de *troc* existentes dentro desse campo específico; no nosso modelo, as diretrizes atuam como filamentos, que conectam os compósitos entre si ao mesmo tempo que oferecem sustentação e definem os limites e a forma final da amálgama, tal qual apresentamos no esquema acima. Ressaltamos, ainda, que separamos os compósitos das três diferentes categorias em colunas apenas para facilitar a sua visualização; dentro da forma amalgamada, eles estão muito mais misturados e suas fronteiras não são tão claras,

podendo os compósitos, muitas vezes, se agruparem, se sobreporem e atuarem afetando múltiplas partes desse sistema simultaneamente.

Com esse exercício, acreditamos ter justificado a adoção do modelo de forma amalgamada, bem como avançado na investigação dos processos criativos do jogo que escolhemos como caso exemplar, *Hearthstone*. Com o melhor entendimento dos diferentes compósitos atuando nessa obra, bem como de algumas das soluções encontradas pela equipe de criadores para demandas específicas do projeto, nos dedicamos, a seguir, a analisar, especificamente, os compósitos relacionados à narrativa, retomando uma de nossas preocupações iniciais com a presente pesquisa – a de investigar como os jogos digitais são utilizados para contar histórias. No primeiro capítulo da tese, observamos a cultura de produção de jogos digitais, de maneira mais ampla, e como ela contribuiu para a definição das diretrizes da Blizzard Entertainment; no segundo capítulo, vimos como essas diretrizes se materializaram na forma amalgamada de *Hearthstone*; por fim, na terceira e última parte, mostramos o posicionamento dessa forma amalgamada em meio ao panteão de produtos midiáticos produzidos pela Blizzard, e como eles, juntos, constroem uma unidade massiva e auto-referencial de entretenimento, que aqui chamamos de *pluriverso transmidiático*.

## Capítulo III – *Invasão no sistema:*

modelo econômico, narrativas e a construção do pluriverso transmidiático da Blizzard Entertainment



**Figura 23:** Carta de missão lendária. Fonte: Blizzard Entertainment

## 1. Empréstimos, referências e outras lições ensinadas por um goblin maluco: uma discussão sobre a construção do universo ficcional de *Warcraft* em múltiplas plataformas

Em dezembro de 2014, os jogadores de *Hearthstone* receberam uma nova expansão, com 123 *cards* inéditos – era “*Goblins vs. Gnomes*” que, além de retratar a disputa entre essas duas raças de personagens, também introduzia a tribo dos mecanóides pela primeira vez no jogo. Nesse conjunto, como de costume, havia uma série de elementos que foram adaptados diretamente do universo de *World of Warcraft*. Um deles era um personagem goblin já relativamente conhecido pelos jogadores de *WoW* e que, em *Hearthstone*, acabou sendo escolhido para ilustrar uma carta lendária: Doutor Cabum (ver figura 24).



**Figura 24:** Carta “*Dr. Cabum*”. Fonte: Blizzard Entertainment.

Em *World of Warcraft*, Doutor Cabum foi introduzido como um goblin habitante de uma região conhecida como Área 52 – o nome faz referência direta à base militar estadunidense Área 51, famosa na cultura pop por uma série de rumores de que esconderia evidências de vida extraterrestre em suas instalações. Na versão de *WoW*, em vez de ETs, a área 52 abriga uma comunidade de goblins, que se dedica, entre outras coisas, a construir um foguete para explorar o espaço. Doutor Cabum é apresentado como um goblin que se recusou a usar o seu capacete de proteção e acabou exposto à radiação existente no local. Graças a isso, ele perdeu a sanidade e adquiriu um complexo de

grandeza, se auto intitulado como um vilão e fazendo o terror dos que se aproximam dele ao lançar uma série de bombas controladas remotamente, batizadas de “robombas”.

Ao observar o nome original do personagem, em inglês (*Dr. Boom*), e o nome de suas bombas (*boombots*), torna-se mais fácil identificar a inspiração utilizada pelos desenvolvedores para a sua criação: ele faz alusão direta ao famoso Doctor Doom (Doutor Destino, na versão em português), personagem dos quadrinhos da Marvel e arqui-inimigo do Quarteto Fantástico, que também criou seus próprios robôs remotos, os *doombots*. Entretanto, Doutor Cabum ganhou notoriedade entre a comunidade de *WoW* não por conta de sua história ou referências intertextuais, mas sim por ser um inimigo controlado por IA que apresentava algumas vulnerabilidades em seu comportamento dentro do jogo, que poderiam ser aproveitadas para que os jogadores ganhassem pontos de experiência facilmente, ao enfrenta-lo, e subissem de nível mais rápido<sup>78</sup>.

Ao trazer Doutor Cabum para *Hearthstone*, os desenvolvedores fizeram questão de retirar o estigma de personagem fraco, herdado de *WoW*, e alçaram o goblin para a categoria de *card* lendário, reservada apenas para aqueles que possuem os efeitos mais poderosos ou menos comuns. E, de fato, após o seu lançamento, Doutor Cabum caiu nas graças dos jogadores do *card game* por conta de sua alta eficácia nas partidas – o seu uso no sétimo turno (o primeiro turno em que ele poderia ser jogado) era tão frequente que o *card* acabou recebendo o apelido de Doutor Sete, por simplesmente representar a melhor jogada que poderia ser feita naquele momento da partida (e, também, pelos status da carta serem todos com o número sete, como mostra a figura 24, acima). Além disso, durante quase todo o período em que esteve disponível no formato padrão (o formato competitivo oficial), o *card* foi visto sendo utilizado nos mais diferentes decks, até finalmente sua expansão rotacionar, em 27 de abril de 2016.

O que a comunidade de *Hearthstone* não imaginava, no entanto, era que aquela não era a despedida definitiva do personagem. Pegando muitos de surpresa, Doutor Cabum foi trazido de volta ao jogo em agosto de 2018, com o lançamento da expansão *O Projeto Cabum* (*The Boomsday Project*, em inglês – o título novamente podendo ser entendido como uma referência, agora ao vilão Apocalipse/Doomsday, dos quadrinhos do Superman). Mas, dessa vez, ele não era um mero coadjuvante; pelo contrário, o

---

<sup>78</sup> Fonte: [https://wow.gamepedia.com/Dr.Boom#Easy\\_ranged\\_weapon\\_leveling](https://wow.gamepedia.com/Dr.Boom#Easy_ranged_weapon_leveling) (última consulta em 30/01/2019).

personagem foi alçado ao posto de protagonista do novo conjunto, que contava a história de como ele reuniu um grupo de cientistas em seu laboratório para criar as mais aterrorizantes invenções. Além de ser reintroduzido como uma nova carta, Doutor Cabum também foi o rosto de uma variedade de materiais de divulgação, do novo modo *single-player* e até mesmo de uma série de histórias em quadrinhos, que explicava mais detalhadamente os planos do goblin cientista.

A trajetória do personagem Doutor Cabum revela indícios de uma movimentação muito maior dentro da indústria do entretenimento, de uma forma mais ampla, ao exemplificar como, cada vez mais, as referências intertextuais, os empréstimos, as adaptações e as correlações entre diferentes plataformas tem agido rumo à formação de grandes conglomerados midiáticos, explorando inúmeras possibilidades narrativas e atingindo um público bastante diverso. No caso citado, o personagem surge, inicialmente, como um elemento secundário, uma mera referência a um vilão famoso na cultura pop, para, futuramente, ser trazido para outra franquia, diferente daquela onde surgiu, e ocupar agora um lugar de destaque; não apenas isso, conquista também um local no imaginário afetivo do público e tem construída, ao redor de si, toda uma extensa trajetória narrativa, com desdobramentos para ambos os universos ficcionais aos quais se relaciona, tanto em *WoW* quanto em *Hearthstone*.

Acreditamos que esse não é um caso isolado; pelo contrário, ele é indicativo do rumo para o qual as narrativas ficcionais contemporâneas têm sido conduzidas e, muito possivelmente, representa o próximo estágio da cultura de produção de entretenimento midiática. Retomando o próprio exemplo de *Hearthstone*, apesar de constituir um marco no jogo em termos narrativos e de expansão do universo ficcional, “*Projeto Cabum*” (2018) não foi a última vez em que personagens icônicos foram resgatados e reintroduzidos em novos conjuntos do *card game*; de fato, menos de um ano depois, vimos, com o anúncio do “Ano do Dragão”, o Team 5 dar um passo ainda mais ousado e recuperar vários personagens marcantes de toda a história de seu *card game* – entre eles o próprio Doutor Cabum, uma terceira vez – e os utilizar para compor uma grande narrativa a ser contada por diferentes conjuntos, ao longo de 12 meses, algo inédito na franquia até então.

Cientes disso, nessa terceira e última missão lendária da presente pesquisa, nos dedicamos, tal qual no título de carta utilizado para dar nome a este capítulo, a “invadir o

sistema”, esmiuçando as lógicas de funcionamento, estratégias e recursos utilizados pelo Team 5 e pela Blizzard, de maneira geral, para construir uma grande estrutura narrativa ficcional, diretamente relacionada com o mercado de jogos como um todo e com o modelo de negócios adotado pela companhia e se estendendo pelos mais variados suportes e integrando diferentes franquias e produtos. Aqui, nos referimos a esse fenômeno pelo nome de *pluriverso transmidiático*. Para melhor compreendermos essa estrutura, num primeiro momento discutimos algumas relações de *troc* que se dão dentro do campo de produção de jogos digitais e afetam diretamente a atuação da Blizzard e do Team 5, relacionadas ao segmento dos jogos casuais, do qual *Hearthstone* faz parte, e às motivações dos jogadores ao jogarem esse *card game*. Num segundo momento, discutimos as estratégias para a inserção de elementos de *storytelling* em jogos digitais, atendendo às demandas comerciais citadas na primeira seção, e debatemos a questão das narrativas transmídia, texto grosso e estética *geek*. Por fim, num terceiro e último momento, utilizamos o modelo para análises de narrativas em jogos digitais, proposto na segunda seção, para revisitar e discutir o projeto narrativo apresentado pelo Team 5 ao longo das três expansões do “Ano do Dragão” em *Hearthstone* (de abril de 2019 a abril de 2020), dando ênfase ao modo *single-player* do *card game*.

## 2. Jogos casuais e as motivações de seus jogadores

### 2.1 – Da distinção entre jogos casuais e jogos hardcore

Um dos fatores considerados durante a análise de videogames diz respeito às possíveis classificações desses artefatos: jogos digitais, assim como outras mídias, possuem uma grande variedade de gêneros e carregam consigo uma série de particularidades, como a plataforma para a qual são idealizados (consoles, computador, *mobile*), se são cooperativos ou *single-player*, *online* ou *offline*, entre outros. Uma das categorizações mais recorrente – e que é relevante para a análise proposta nesta última parte da pesquisa – é a divisão entre jogos casuais e jogos *hardcore*. Conforme sinalizado por Juul (2010), uma tentativa inicial de definição desses termos aparece na *Computer Game Developers Conference* de 1998, quando o *designer* de quebra-cabeças Scott Kim falou sobre as disposições dos jogadores casuais, afirmando que “as pessoas jogam diferentes jogos por diferentes razões”. Para Kim, “os jogadores experientes jogam pelas



recompensas de longo prazo da competição e dos *rankings*, enquanto os jogadores casuais jogam pelas recompensas de beleza e distração a curto prazo” (JUUL, 2010, p.34, tradução nossa).

Chess (2012, p.84, tradução nossa) propõe uma definição de jogos casuais como sendo “aqueles que são simples de aprender e de jogar, viciantes o suficiente para que se possa jogá-los em curtos períodos de tempo ou pelo tempo que for permitido, e que sejam baratos ou gratuitos”. Muitos dos jogos *mobile*, projetados para *smartphones* e outros dispositivos móveis, por exemplo, são jogos casuais: idealizados para serem jogados em qualquer local, em qualquer janela de tempo disponível, sem grandes exigências para com o jogador.

Considerando que os dispositivos móveis já são responsáveis pela metade da arrecadação da indústria de videogames como um todo<sup>79</sup> e que, dentro desse segmento, os jogos casuais e hipercasuais tem demonstrado um crescimento massivo<sup>80</sup>, um dos aspectos fundamentais para a manutenção desse mercado e de seu sucesso econômico está, justamente, em fidelizar esse público – em teoria – menos dedicado, e garantir seu interesse continuado por esses produtos. A esse respeito, Howard (2018, p.02, tradução nossa) aponta que, uma vez que os jogos casuais são populares junto a audiências mais amplas, não necessariamente constituídas por jogadores *hardcore*, os *designers* precisam se desdobrar para produzir obras que consigam capitalizar e agradar a um público tão diverso. Em outras palavras, os jogos casuais acabam “desafiando as concepções sobre para quem são direcionados os videogames” e alteram as estratégias da indústria para com seus produtos e seus respectivos consumidores.

Os jogos digitais lançados mais recentemente já incorporaram em seus modelos de negócio a prática de atualizações recorrentes, como o lançamento de conteúdos adicionais (*DLCs*, expansões, passes de temporada, etc.) e a venda de itens *premium* ou cosméticos; e não são poucas as discussões acerca dos limites aceitáveis para tais estratégias. Entre os muitos desafios envolvidos nessa constante atualização das obras está, no entanto, o de oferecer um conteúdo que seja, em primeiro lugar, atrativo, e que promova o engajamento

---

<sup>79</sup> Fonte: <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/> (última consulta em 25/04/2019).

<sup>80</sup> Fonte: <https://venturebeat.com/2018/06/10/hypercasual-is-mobile-gamings-new-dominant-force-as/> (última consulta em 25/04/2019).

continuado do público consumidor. Para tal, muitas empresas têm recorrido à criação de grandes franquias transmidiáticas, voltadas a envolver o público nos mais variados suportes e fomentar a expansão do mundo de suas obras, ao mesmo tempo que abrem precedentes, dessa forma, para o lançamento de novos produtos. A Blizzard Entertainment é uma das empresas pioneiras nesse sentido, já que, desde o início de suas atividades, conforme mencionamos anteriormente, tem investido na ramificação e expansão de suas propriedades intelectuais, criando grandes universos ficcionais que estimulam e permitem a constante atualização e rentabilidade de seus jogos. Para compreendermos as lógicas que guiam toda essa movimentação empresarial, se faz necessário, porém, retornar a um conceito mais básico, que é o responsável por iniciar e direcionar as práticas de produção mencionadas: é necessário entender, primeiramente, quais são as motivações dos jogadores ao consumirem e se relacionarem com um determinado título de sua preferência.

## 2.2 – Jogos casuais e sua relação com o público consumidor

Ao tratar das distinções entre jogos casuais e *hardcore*, Juul (2010, p.12, tradução nossa), destaca que uma característica significativa dos casuais é a sua *flexibilidade*, já que eles não exigem um investimento expressivo de tempo, ao contrário de sua contraparte. Para o autor, um jogo casual “é suficientemente flexível para ser jogado com um comprometimento de tempo *hardcore*, mas um jogo *hardcore* é inflexível demais para ser jogado com um comprometimento de tempo casual”. Shaw (2010, p.09, tradução nossa), complementa esse ponto de vista, destacando que “a cultura dos videogames também é definida em termos de quantidade de tempo que as pessoas gastam fazendo isso” e sugerindo que o jogador *hardcore* é aquele que passa muito tempo jogando o jogo. Dessa forma, nota-se que as definições de *hardcore* e casual ainda estão bastante ligadas à quantidade de tempo exigida dos jogadores pelas obras ou pela quantidade de tempo que os jogadores permanecem jogando as mesmas.

Conforme descrito por Howard (2018, p.03), muitos jogos casuais são oferecidos aos jogadores de maneira gratuita e, para se tornarem lucrativos, contam com “microtransações”, nas quais os jogadores podem comprar uma grande variedade de conteúdo adicional *in-game* pagando uma pequena taxa – são os chamados jogos “*free-*

*to-play*” (gratuitos para jogar). Esse modelo é muito bem-sucedido comercialmente e é amplamente adotado por *publishers*, tornando-se uma das estruturas de preços mais comuns na indústria de jogos *mobile* de maneira geral, sejam eles casuais ou *hardcore*. Tomando *Hearthstone* como exemplo de jogo *free-to-play*<sup>81</sup>, nota-se que esse título pode ser instalado gratuitamente e oferece um conjunto de cartas básicas para todos os jogadores, com as quais já é possível começar a jogar de imediato; no entanto, para aumentar essa coleção, se faz necessário comprar mais pacotes de cartas utilizando a moeda ganha dentro do próprio jogo ou dinheiro real.

Essa estrutura de preços adiciona um elemento econômico significativo às distinções entre jogos casuais e *hardcore*, principalmente quando analisamos jogos *free-to-play*, uma vez que jogadores mais dedicados (que investem mais tempo para coletar recursos ou que gastam mais dinheiro real no jogo) acabam tendo acesso a mais conteúdo. Howard (2018, pp 02-03, tradução nossa) argumenta que, apesar de se apresentarem como jogos casuais, que exigem pouco do jogador, jogos *free-to-play*, como *Hearthstone*, são estruturados de forma a “promover uma jogabilidade *hardcore* – e, por extensão, gastos *hardcore*” – ao encorajar jogadores casuais a gastar cada vez mais no jogo a fim de ter acesso a mais conteúdo e/ou progredir competitivamente.

Nesse ponto, nos deparamos com um aspecto crucial para a compreensão do fenômeno dos jogos casuais *free-to-play*, que diz respeito à *motivação* dos jogadores para realizar investimentos de qualquer tipo no jogo – sejam eles de tempo ou de dinheiro – e cruzar a linha do que diferenciaria um jogador casual de um jogador *hardcore*. Ainda que possam existir as mais variadas razões para o engajamento com uma determinada obra, destacamos, nesta pesquisa, duas delas que possuem fundamental importância para o entendimento do modelo de negócios da Blizzard Entertainment, especificamente: a *competitividade* e a *imersão*. Essas duas categorias foram definidas tomando como base os resultados da pesquisa desenvolvida por Turkay e Adinolf (2018), que se dedicaram a investigar as motivações dos jogadores de *card games online* a partir do estudo de caso de dois jogos do gênero, *Hearthstone* e *Eternal*. Após a aplicação de questionários em grupos de jogadores de ambos os jogos e posterior análise dos dados coletados, os pesquisadores mencionados concluíram que o ambiente competitivo e a possibilidade de imersão em um universo ficcional eram as duas principais motivações apontadas, que

---

<sup>81</sup> *Hearthstone* está disponível gratuitamente para dispositivos Windows, Mac, iOS e Android.

faziam com que os participantes da pesquisa continuassem a jogar esses dois títulos. Tais motivações são discutidas adiante.

### 2.3.1 – *Motivações dos jogadores de Hearthstone: a competitividade*

Apesar de possuir uma ambientação narrativa bem-desenvolvida, com modos *single-player* e conteúdos de história que fazem referência ao universo de *World of Warcraft*, *Hearthstone* é, em sua essência, um jogo competitivo. Inspirado no sucesso de outros *card games* originalmente físicos, como *Magic: The Gathering* e *Pokémon*, *Hearthstone* se organiza, em termos mais básicos, como um duelo de cartas, no qual cada jogador monta um baralho (*deck*) com os recursos à sua disposição e o utiliza de maneira estratégica para reduzir os 30 pontos de vida de seu oponente a zero. O primeiro a conseguir isso é o vencedor da partida. Sendo assim, é esperado que a competitividade seja uma das principais motivações dos jogadores, uma vez que ela é diretamente incentivada pelo gênero do jogo em si.

*Hearthstone* ultrapassou a impressionante marca de 100 milhões de jogadores no mundo todo<sup>82</sup> e é um jogo que já está no seu sexto ano de existência, com grandes investimentos em campeonatos regionais e mundiais (um dos torneios oficiais do ano de 2019 chegou a oferecer uma premiação total de US\$1 milhão<sup>83</sup>) e com uma política de constante atualização – a cada ano, desde 2017, pelo menos 400 novas cartas são disponibilizadas ao público. Considerando que, apesar de ser um jogo gratuito, os recursos *in-game* precisam ser adquiridos pelos usuários, é razoável afirmar que o jogador que busca manter um alto nível competitivo terá que fazer investimentos de alguma ordem (tempo/dinheiro) para conseguir acompanhar o ritmo de atualizações implementado pelo jogo.

Conforme mencionado, um conjunto de cartas básicas é oferecido gratuitamente a todos os jogadores assim que eles começam no jogo; no entanto, caso se deseje atingir níveis mais altos competitivamente, se faz necessária a compra de novos pacotes de cartas, a fim de melhorar os seus decks e se ajustar às estratégias utilizadas por outros

---

<sup>82</sup> Fonte: <https://playhearthstone.com/pt-br/blog/22636890/> (último acesso em 09/05/2019).

<sup>83</sup> Fonte: <https://playhearthstone.com/pt-br/esports/programs/championship-tour> (último acesso em 09/05/2019).

jogadores. Cada um desses pacotes vem com cinco cartas aleatórias e pode ser comprado por 100 moedas de ouro – o dinheiro que se ganha dentro do próprio jogo, ao vencer partidas – ou por R\$ 7 (dois pacotes, quantidade mínima para a compra com dinheiro real)<sup>84</sup>. Comprando com dinheiro real, quanto maior a quantidade de pacotes adquiridos, mais baratos eles ficam – outro incentivo para que os jogadores acabem gastando mais. Na prática, conforme apontado por Howard (2018, p.04) os jogadores que quiserem ter sucesso em jogos como *Hearthstone* muito provavelmente precisarão comprar novas cartas, uma vez que a moeda do jogo é mais rapidamente obtida vencendo partidas, e uma coleção maior de cartas permite a construção de decks mais bem-sucedidos e que ganham com mais frequência – é por tal razão que esses jogos muitas vezes são chamados de “*pay-to-win*” (“pague para vencer”).

Segundo argumenta Koster (2004), o acesso a mais conteúdo melhora a experiência de jogo do jogador, pois oferece a ele mais variedade; no entanto, algo tão simples quanto divertido é afetado pela estrutura de preços – um jogador que tem acesso a um conjunto limitado de recursos muito possivelmente se sentirá frustrado ao não poder competir em pé de igualdade com aqueles que gastaram mais; já aqueles que gastaram e tiveram acesso a tudo que o jogo pode oferecer logo ficarão entediados e esperarão por novas atualizações – afinal, “quando você está jogando, você só joga até dominar o padrão; depois de dominá-lo, o jogo se torna chato” (KOSTER, 2004, pp.17-18, tradução nossa). No caso de *Hearthstone*, especificamente, a cada quatro meses são lançadas novas expansões, que introduzem um conjunto de 135 *cards* inéditos e alteram a dinâmica do cenário competitivo. Dessa forma, o jogo atende aos anseios por atualização oriundos de uma parcela de jogadores *hardcore* (que gastam mais e/ou que jogam mais) ao mesmo tempo que exerce uma pressão sobre aqueles jogadores que ainda não investem no jogo, para que o façam, se atualizem, e consigam competir no mesmo nível que os demais.

Aqui entra em cena o já mencionado fenômeno do *power creep*: apenas adicionar novas cartas ao jogo não seria suficiente para fazer com que os jogadores abandonassem os decks e estratégias que já conhecem e possuem para investir no novo conteúdo; esse conteúdo precisa ser forte o suficiente, numa medida que se torne indispensável para que os jogadores se mantenham competitivos. Graças a isso, estabeleceu-se um calendário de

---

<sup>84</sup> Preços consultados em 25/04/2019, na loja online: <https://us.shop.battle.net/pt-br/product/hearthstone-rise-of-shadows>

rotações: a cada novo ano, os três conjuntos mais antigos (cerca de 400 cartas) deixam de ser válidos no formato padrão (o formato competitivo oficial), forçando os jogadores a adquirirem e utilizarem as cartas mais recentes que, por sua vez, procuram sempre trazer novas mecânicas de jogo e possibilitar estratégias inéditas (muitas vezes mais poderosas que as já existentes anteriormente), despertando, dessa forma, o interesse e a necessidade dos jogadores em possuí-las. Conforme apontado por Falcão e Marques (2018, p.11), o *power creep* se assemelha à ideia de obsolescência programada, ao transformar o jogo num produto de uso contínuo e a experiência de jogo não em um momento de consumo, “mas em uma experiência longitudinal na qual um jogador está, de certa forma, sempre em diálogo com o produto”.

O *power creep* possui uma série de implicações na indústria dos videogames, de maneira mais geral, e pode ser a chave de leitura para um fenômeno mais amplo: como sugerem Falcão e Marques (2018, p. 03), ele “emerge como consequência direta do processo de midiatização experimentado pelos jogos atuais” e sua compreensão, como efeito colateral de uma estratégia de serialização, “não é apenas um problema de ordem econômica, mas implica numa rede mais ampla [...] que nos ajuda a discutir as dinâmicas sociais e de consumo relacionadas ao entretenimento contemporâneo”. Na presente pesquisa, não adentramos especificamente nessa discussão<sup>85</sup>, mas tomamos a noção de *power creep* como uma das instâncias envolvidas na elaboração do projeto transmidiático de *Hearthstone*, conforme discutimos mais adiante.

Paralelamente à necessidade de atualização recorrente forçada pelo sistema de expansões de *Hearthstone*, é importante ressaltar que a chegada desses novos conteúdos não se dá num vácuo e atende, também, à outra das principais motivações dos jogadores: o desejo de imersão no universo do jogo. No caso de *Hearthstone*, especificamente, a busca por imersão foi a motivação mais citada pelos jogadores entrevistados por Turkey e Adinolf (2018), seguida de perto pela competitividade. Ou seja, mais do que apenas serem competitivos, também é de interesse dos usuários mergulhar no mundo ficcional apresentado pelo jogo. Discutimos a imersão na seção seguinte.

---

<sup>85</sup> Para uma discussão mais aprofundada sobre a questão do *power creep*, ver Howard (2018) e Falcão e Marques (2018).

### 2.3.2 – *Motivações dos jogadores de Hearthstone: a imersão*

A questão da imersão em jogos digitais é tema recorrente na área dos *game studies*, com diferentes definições disponíveis, embora nenhuma delas seja universalmente aceita (TANSKANEN, 2018). Conforme indica Tanskanen (2018, pp.10-11), a palavra *imersão* origina-se do latim do final do século XV, derivada da palavra “immersio” e, antes disso, “immergere”, que significa “mergulhar em algo”. Trazida para o contexto dos jogos digitais, a imersão estaria relacionada com o envolvimento do jogador, fazendo-o permanecer dedicado ao jogo e motivado a retornar a ele. Para Nordin (2014, p. 27), apesar de existirem dificuldades em identificar a experiência exata, existem várias denominações bem conhecidas, como fluxo, presença e o próprio conceito da palavra ‘imersão’ em si, que tentam dar conta das experiências envolventes proporcionadas pelos videogames. Na presente pesquisa, adotamos o mesmo posicionamento de Tanskanen (2018, p.10) e consideramos imersão, em sua dimensão mais básica, como sendo “a experiência de engajamento com um determinado jogo”.

No caso específico de *Hearthstone*, é extremamente relevante a informação de que a imersão é a principal motivação dentre o grupo de jogadores entrevistados, mesmo se tratando de um jogo primariamente focado no aspecto competitivo. Acreditamos que isso provavelmente acontece pelo fato de o *card game* ser derivado diretamente de *World of Warcraft*, que já é reconhecido pelo grande público por ter uma *lore* extensa e bastante diversificada. Ainda assim, se faz necessário observar de que maneira esse engajamento com foco na narrativa foi adereçado em *Hearthstone*, principalmente pelo fato de os dois jogos mencionados possuírem materialidades bastante distintas entre si (interface, controles, recursos audiovisuais, comandos de jogabilidade, entre outros).

Numa observação mais geral, é possível afirmar que os compósitos de identidade audiovisual e de narrativa, mencionados no capítulo anterior desta tese, quando discutimos a forma amalgamada de *Hearthstone*, seriam os principais responsáveis por garantir a imersão e o envolvimento dos jogadores durante sua experiência com o *card game*, sendo as Aventuras *single-player* o grande trunfo do Team 5 no que diz respeito a contar uma história, introduzir personagens ou explorar uma temática específica abordada por um conjunto de cartas. Ainda assim, temos percebido, nas incursões mais recentes do time de desenvolvedores, que esse aspecto narrativo tem se tornado cada vez mais proeminente, sendo responsável, inclusive, por um aumento considerável nos bens

virtuais oferecidos ao público para serem comprados com dinheiro real – como os conjuntos de heróis exclusivos vinculados à compra de pacotes de *cards* e conteúdo *single-player* pago lançado entre expansões, por exemplo. Dessa forma, não é nenhum absurdo afirmar que o aspecto narrativo/imersivo, que tanto motiva esse grupo de jogadores supostamente “casuais”, está sendo aproveitado, de maneira efetiva e bem-sucedida, também para incentivar o consumo e garantir a lucratividade desse título.

Ressaltamos que não temos o intuito de emitir juízos de valor a esse respeito e nem iremos nos apressar em classificar tais práticas como predatórias ou abusivas num primeiro momento. Ao invés disso, nos dedicaremos a destrinchar ainda mais os métodos, recursos e estratégias utilizadas pelo Team 5 para costurar tão habilmente os compósitos de narrativa e de jogabilidade/competitividade dessa forma amalgamada, oferecendo um produto que se vale justamente do engajamento narrativo/afetivo para impulsionar jogadores originalmente casuais rumo a um consumo/fruição *hardcore*. Com esse objetivo, começamos retomando a discussão das narrativas em jogos digitais, de maneira mais detalhada, na seção seguinte.

### 3. Narrativas e jogos digitais

Tal qual apontado por Tomaščíková (2009), é possível afirmar que a narrativa existe desde o momento em que as primeiras pinturas foram desenhadas nas paredes das cavernas e as primeiras histórias foram contadas ao redor das fogueiras tribais, durante a idade da pedra. De lá para cá, a narrativa se tornou parte indissociável da vida das pessoas tão logo elas se tornam capazes de entender a fala; seja por meio de cantigas, fábulas, brincadeiras, desenhos animados, novelas ou noticiários, dentre vários outros, é por meio das narrativas que descobrimos o mundo ao nosso redor e temos a possibilidade de compreender nossa história e o momento em que vivemos. O próprio termo “narrativa”, por si só, é derivado do latim “*narre*” – “divulgar, transmitir informações” – e, tal qual nessa definição, são as narrativas que “fornecem aos indivíduos uma ferramenta para aprender e ensinar outras pessoas sobre o mundo” (TOMAŠČÍKOVÁ, 2009, p. 281, tradução nossa).



A narratologia, corrente que se dedica ao estudo das narrativas, carrega características multidisciplinares desde seu surgimento. Mais proeminentemente a partir da década de 1990, graças ao aumento significativo no interesse por uma variedade de aspectos da narrativa dentro das pesquisas na área das humanidades, as narrativas deixam de ser um domínio exclusivo dos estudos literários e passam a ser encontradas, também, em uma infinidade de trabalhos produzidos por pesquisadores das ciências humanas e sociais de maneira geral, tanto como foco principal das produções acadêmicas ou apenas como um dos elementos secundários abordados nelas. Por consequência, a narratologia acaba por se abrir a várias metodologias, de diferentes áreas, como filosofia, estética, história, sociologia, psicologia, religião, etnografia, linguística, comunicação e estudos de mídia (TOMAŠČÍKOVÁ, 2009).

O termo *narratologia* é introduzido em 1969 por Tzvetan Todorov (1977). No entanto, os esforços para compreender e analisar as narrativas são muito mais antigos do que o surgimento dessa denominação. Aristóteles, com sua *Poética*, é apontado como um dos primeiros a estudar as narrativas e ainda é considerado um dos teóricos mais influentes nessa área. Mais recentemente, a narratologia foi desenvolvida, em seus primeiros dias, por críticos literários que tinham como base as tradições do formalismo russo e do estruturalismo francês. De maneira mais generalista, após o período da Segunda Guerra Mundial, as teorias narrativas podem ser divididas em três vertentes principais: a primeira delas entende a narrativa como uma sequência de eventos e os teóricos se concentram na narrativa em si, independentemente do meio utilizado; essa vertente se baseia nas proposições do formalista Vladimir Propp (1968) e dos estruturalistas Claude Lévi-Strauss, Tzvetan Todorov (1977) e Roland Barthes (1977) (nos primeiros trabalhos deste último autor). A segunda vertente, por sua vez, vê a narrativa como um discurso; os representantes dessa linha são os sucessores de Gérard Genette, Mieke Bal (1985) e Seymour Chatman (1978). Já a terceira vertente apresenta a narrativa como um artefato complexo, cujo significado é atribuído pelo receptor. Os defensores dessa abordagem pós-estruturalista são Roland Barthes (2004), Umberto Eco (1979) e Jean Francois Lyotard (1991) (TOMAŠČÍKOVÁ, 2009).

Independentemente da vertente adotada, no entanto, é fato que, desde o princípio dos estudos das narrativas, as discussões e os trabalhos centrados ao redor desse tema têm sido abundantes e direcionados aos mais variados enquadramentos. Mais recentemente,

no período pós-moderno, a análise narrativa se torna um elemento crucial dos campos que lidam com o estudo da sociedade, da cultura e do indivíduo, conforme aponta Tomaščíková (2009):

Teóricos e pesquisadores reconhecem tanto a presença da narrativa no discurso da mídia quanto o seu papel na estruturação do senso de realidade das pessoas. Análises recentes de textos da mídia mostram que os gêneros de ficção e não-ficção do discurso da mídia de massa são oferecidos ao destinatário na forma de narrativa. Não apenas um filme de terror, mas também um noticiário de televisão, fornece ao público ficção construída ou realidade criada, contando-lhes histórias. É mais do que natural, porque os seres humanos, desde o início de sua existência, ‘desenham’ e ‘contam’ histórias sobre sua vida particular e sua experiência na forma de narrativas (TOMAŠČÍKOVÁ, 2009, p. 287, tradução nossa).

Helen Fulton (2005), ao tratar das confluências entre mídia e narrativas, afirma que

[...] em um mundo dominado pela mídia impressa e eletrônica, nosso senso de realidade é cada vez mais estruturado pela narrativa. Os filmes e documentários nos contam histórias sobre nós mesmos e o mundo em que vivemos. A televisão nos fala e nos oferece “realidade” na forma de hipérbole e paródia. O jornalismo impresso transforma a vida cotidiana em uma história. Anúncios narrativizam nossas fantasias e desejos (FULTON, 2005, p.1, tradução nossa).

A autora prossegue dizendo que, em uma sociedade pós-moderna, a narrativa é percebida como uma estrutura interna natural comum a toda a humanidade. Ao mesmo tempo, ela também desempenha um dos papéis mais importantes na obtenção de lucro econômico: ela é capaz de vender um produto. Do ponto de vista do marketing, a narrativa intermedeia a venda, apresentando os produtos da mídia a seus clientes em potencial. Assim, as estratégias narrativas são aplicadas em filmes, anúncios, comerciais, boletins de notícias de televisão, quadrinhos ou jornais. A principal função da narrativa da mídia de massa não é apenas informar ou divertir o destinatário, mas, também, e ainda mais importante, apoiar a enorme indústria da mídia, aumentando as vendas de seus produtos (FULTON, 2005).

Quando trazemos a discussão das narrativas para o campo dos jogos digitais, em específico, é possível afirmar que ainda não existe uma definição de “narrativas em videogames” que seja universalmente aceita (KOENITZ, 2018). Dentro dos *game studies*, os aspectos narrativos dos jogos digitais são frequentemente descritos em contraste ou oposição com os aspectos ludológicos, ou de jogabilidade. Apesar dos debates acalorados a esse respeito, vários estudiosos enfatizam a diferença das narrativas dos jogos digitais

em comparação às manifestações tradicionais de narrativas em outras mídias e, portanto, trabalham no desenvolvimento de teorias específicas, que procuram dar conta do entendimento daquilo que seria uma narrativa particular do videogame. Embora todos esses usos do termo “narrativa” sejam legítimos em seus respectivos contextos, essa pluralidade de abordagens das narrativas em jogos digitais não são claramente distinguíveis no discurso profissional ou acadêmico e podem levar a uma confusão considerável, tornando essencial que se examine o contexto específico e as suposições subjacentes ao se abordar esse tópico. Tal qual defendido por Koenitz (2018), essa atual conjuntura da área dos *game studies* relega aos pesquisadores a responsabilidade de identificar as origens de seu entendimento das narrativas em jogos digitais e de definir de que maneira específica o termo será utilizado em suas pesquisas, relacionando-as com as discussões anteriores a esse respeito (KOENITZ, 2018).

De maneira semelhante a Koenitz (2018), Bizzocchi (2007) também aponta que, quando se observa a produção acadêmica na área dos *game studies* mais recentemente, ainda existem alguns pontos conflituosos entre os diferentes modelos de análise da narrativa já aplicados. Para o autor, tal “confusão” ainda é um resquício do antigo debate entre narratologistas e ludologistas e está centrado em dois pontos principais: 1) diferentes entendimentos em relação ao conceito de imersão e 2) fusão entre as noções de narrativa, arco narrativo e história. Para Bizzocchi (2007, p.01), com um melhor entendimento do conceito de imersão e interatividade em videogames e com o distanciamento do conceito de grande arco narrativo, é possível encontrar outros parâmetros para analisar as histórias em jogos digitais. O autor propõe um quadro com cinco componentes narrativos – personagens, mundo da história, emoção, interface narrativa e micronarrativas – para conduzir “uma análise mais precisa do papel da narrativa dentro do *design* do jogo e da experiência do jogo”. Discutimos as proposições de Bizzocchi (2007) e o método por ele apresentado a seguir.

### *3.1 – Os diferentes conceitos de imersão e a necessidade de distinção entre narrativa e arco narrativo*

Bizzocchi (2007, p.02) aponta que um dos conceitos-chave durante a análise de experiências mediadas, como aquelas possibilitadas pelos jogos digitais, é a ideia de

*imersão*. No entanto, tal conceito teria pelo menos duas formas distintas, que precisariam ser consideradas. A forma mais antiga está expressa nos trabalhos de Coleridge (1906 *apud* Bizzocchi, 2007), que trata imersão como “suspensão da descrença” e a disposição de se entregar ao prazer da história. Já mais recentemente, Csikszentmihalyi (1990 *apud* Bizzocchi, 2007) trata a imersão como um envolvimento ativo em um processo dinâmico, com a ideia de “*flow*” (fluxo). O cinema, meio cultural dominante do século XX, seria o referencial para a ideia de imersão de Coleridge (1906), enquanto jogos digitais seriam uma referência atual para o modelo de imersão de Csikszentmihalyi (1990).

Entretanto, Bizzocchi (2007) acredita que o entendimento dos diferentes tipos de imersão acabou se perdendo conforme a fascinação pelos elementos narrativos dos jogos foi ganhando destaque com o avanço da produção dos narratologistas. Essa movimentação começa, principalmente, com o lançamento de *Hamlet on the holodeck*, de Janet Murray, em 1997. O argumento geral de Murray era simples: embora existisse uma tendência de pensar o computador como “o inimigo do livro”, ele seria, de fato, “o filho da cultura impressa”, um poderoso meio representativo próprio que promete continuar a evolução da narrativa e “reformular o espectro da expressão narrativa” (MARGINI, 2007, p.1, tradução nossa). Para a autora, os livros seriam bons em transmitir histórias essencialmente lineares, enquanto os computadores seriam bons em contar histórias de um tipo diferente: processual, participativo, enciclopédico e espacial. E eles seriam ainda particularmente bons em contar histórias que refletem a era digital – histórias sobre realidades fraturadas, sistemas complexos e formas de estar em rede no mundo.

As proposições de Murray atraíram as críticas de ludologistas assumidos, como Markku Eskelinen, que chamou a tentativa da autora de encontrar uma história mesmo em jogos mais simples, como *Tetris*, de “violência interpretativa”, acusando-a de uma aparente “determinação (...) [em] encontrar ou forjar uma história a qualquer custo” (MARGINI, 2007, p.1, tradução nossa). Para Bizzocchi (2007), o que, inicialmente, seria um alerta para as possibilidades da imersão, como resultado de uma ordem superior da experiência humana projetada, acabou tornando-se “uma fonte de confusão”, que obscureceu as distinções críticas entre os jogos e a história. Para esse autor, com o avanço dessas discussões, atualmente todos parecem concordar com algumas posições importantes: “primeiro, que os jogos não envolvem necessariamente história; segundo, existem diferenças fundamentais no núcleo de cada um desses dois fenômenos

[jogabilidade e narrativa]; e, terceiro, que a história pode acrescentar ao prazer do jogo, às vezes de forma significativa” (BIZZOCCHI, 2007, p.02, tradução nossa). Segundo Bizzocchi (2007), jogos e histórias certamente podem se combinar em uma dialética ativa que, por sua vez, pode resultar em uma experiência de usuário mais forte, mas eles não são as mesmas coisas, nem necessariamente dependentes um do outro, conforme sugerido por Murray (1997).

Outro ponto de confusão quando tratamos de elementos narrativos em videogames se dá, para Bizzocchi (2007, p.03), com o próprio entendimento dos conceitos de *história* e *narrativa* em si. Para o autor, muitas vezes o termo “narrativa” acaba sendo utilizado quase como um “atalho” para outro conceito – que é o de *arco narrativo*:

O arco narrativo é o quadro para a sequência de eventos que compõem o enredo que vemos e a história que imaginamos. Uma versão típica da sequência do arco narrativo é a seguinte formulação: configuração, complicação, desenvolvimento, resolução e desfecho [...]. Na construção narrativa clássica praticada na mídia tradicional, como filmes ou romances, o desenho cuidadoso desse arco é uma ferramenta poderosa para canalizar e guiar a experiência da história do leitor (BIZZOCCHI, 2007, p.03, tradução nossa).

No entanto, esse modelo oferece uma dificuldade no que diz respeito à sua implementação em jogos digitais: seu poder depende em grande parte do controle rígido sobre o projeto e sobre a implementação dos detalhes. Cada parte de um roteiro de cinema ou teatro, por exemplo, trabalha em cuidadosa conjunção com todas as outras partes, e a sinergia do todo excede em muito as contribuições dessas partes individualmente. Porém, conforme sinaliza Bizzocchi (2007, p.03, tradução nossa), um controle rigoroso dos detalhes é exatamente algo que o processo interativo de um jogo digital não oferece: “em uma experiência interativa, uma parcela de controle é cedida ao *inter-ator*, e um grau crítico de controle autoral é perdido”.

A existência de interação com os elementos de um jogo digital nega o controle detalhado sobre o arco narrativo e, conseqüentemente, interfere nessa estrutura cuidadosamente projetada para a suspensão da descrença tal qual acontece em um filme ou um livro, conforme o modelo de imersão proposto por Coleridge (1906). No entanto, Bizzocchi (2007) acredita que, caso se adote o conceito de imersão como fluxo, tal qual proposto por Csikszentmihalyi (1990), e se abandone a ideia de arco narrativo, se torna possível examinar outros parâmetros da história de um jogo digital que, embora possam

parecer mais limitados conceitualmente, são mais úteis para os objetivos da análise narrativa. Para o autor, essa opção de abordagem “evita uma área de investigação que, embora intrigante, confundiu nossa compreensão da relação entre narrativa e interatividade e, em particular, nossa compreensão do papel que a narrativa pode desempenhar no prazer da experiência de jogo” (BIZZOCCHI, 2007, pp.03-04).

Bizzocchi (2007) propõe um quadro de parâmetros narrativos para análise mais limitados, que giram em torno de cinco elementos: 1) mundo da história – ambiente dentro do qual o jogo se desenrola; 2) personagens – quem são os seres que povoam esse mundo de jogo; 3) emoção – tanto as mostradas pelos personagens quanto as provocadas no jogador; 4) interface narrativa – como são as sensibilidades narrativas instanciadas na aparência e na funcionalidade do *design* da interface de jogo; e 5) micronarrativa – pequenos momentos de fluxo e coerência narrativa que ocorrem dentro de um contexto mais amplo de jogo.

Considerando as histórias como um dos vários elementos presentes na constituição das formas amalgamadas dos jogos digitais e seu caráter de imersão em forma de fluxo (*flow*), com um leitor-jogador que é um interventor durante sua experiência com a obra, consideramos como elementos narrativos, neste estudo, quaisquer compósitos do jogo digital que tenham sido utilizados, de maneira deliberada, para contar as histórias do universo ficcional com o qual a obra analisada se relaciona. Para identificar tais compósitos narrativos, tomamos as cinco categorias propostas por Bizzocchi (2007) e as aplicamos na análise do “Ano do Dragão” do jogo *Hearthstone*, apresentada mais adiante, na última parte deste capítulo, a fim de verificar como elementos narrativos e de constituição de uma história foram inseridos em um ambiente de jogo primariamente competitivo e estratégico, como é comum ao gênero dos *card games*. Mas, antes disso, apresentamos ainda mais alguns aspectos relacionados às narrativas em jogos digitais que nos ajudaram a consolidar a noção de *pluriverso transmidiático*, utilizada em nossa análise.

### 3.2 – Identificando as diferentes instâncias imersivas dos jogos digitais

Ao tratar de imersão em videogames, é fundamental reconhecer que ela é construída a partir de muitas instâncias. Alguns autores da área dos *game studies* indicam algumas possibilidades para a análise de tais elementos, como Ryan (2009), que propõe três tipos de imersão narrativa, bem como uma imersão epistêmica; Ermi e Mäyra (2005), que descrevem três tipos de imersão – sensorial, imaginativa e baseada em desafios; e Calleja (2014), que expande o conceito ainda mais ao propor seis tipos de imersão: cinestésica, espacial, compartilhada, narrativa, afetiva e lúdica. No entanto, independentemente da classificação adotada, é notável que um dos aspectos da imersão regularmente citado, em variados estudos, é aquele relacionado aos elementos narrativos.

De fato, um dos fatores que atuam mais recorrentemente para promover a imersão em videogames é o *storytelling*. Mesmo jogos como *Hearthstone*, que não necessariamente dependem de uma história para funcionar, acabam recorrendo às narrativas e as utilizando em meio às diferentes estratégias para engajar os jogadores. Como indica Tanskanen (2018), os jogos podem ser utilizados como um veículo para contar histórias, com efeito significativo no envolvimento do jogador; ou, como complementa Skolnick (2014), o *storytelling* é uma ferramenta poderosa, que pode ser utilizada para melhorar toda a experiência de jogo.

Ao tratar de jogos digitais em um contexto transmidiático, Christy Dena (2008, p.02) propõe o conceito de níveis (*tiers*) para descrever os variados pontos de entrada em uma obra. Para a autora, os níveis fornecem conteúdo separado para diferentes audiências e, ao fazê-lo, possibilitam experiências distintas com as obras. Em contrapartida, esses mesmos níveis também fariam referência às necessidades e preferências de diferentes públicos – por exemplo, “a necessidade de um conteúdo que permita a casualidade, ou que forneça uma forma de entretenimento passivo, ou [ainda] que possibilite experiências narrativas particulares” (DENA, 2008, p.11, tradução nossa). Dessa forma, mesmo um jogo primariamente competitivo poderia atuar, também, em níveis narrativos, visando a atingir um público mais amplo.

Tal qual apontado por Krzywinska (2008), o *storytelling* e a consequente criação de mundos ficcionais tem se tornado característica central de muitos dos jogos digitais mais recentes. Para a autora, é possível dizer que os jogos, enquanto artefatos culturais

populares, dependem de características intertextuais para gerar significado e reconhecimento. Para melhor descrever essa relação de intertextualidade, Krzywinska (2008) se apropria e expande o conceito de “texto grosso” (*thick text*), utilizado originalmente por Roz Kaveney (2005). Para ambas as autoras, alguns gêneros específicos, como, por exemplo, a ficção científica e a fantasia, apresentam um texto grosso – em outras palavras, um texto ricamente preenchido com várias alusões, correspondências e referências.

Krzywinska (2008) ressalta que, ao lidar com os aspectos intertextuais de um jogo, torna-se evidente que a presença de intertextos múltiplos e deliberadamente acionados promove um certo “tipo de envolvimento profundo com o jogo” – em outras palavras, de imersão – que se estende para além de uma determinada obra. Retomando mais uma vez o trabalho de Kaveney (2005), a autora indica que certos tipos de texto encorajam ativamente um consumo de fãs por meio do uso de intertextos conscientemente implementados, uma vez que sua presença incentiva uma leitura mais atenta e um envolvimento pessoal mais profundo: “o entusiasmo de um fã por um determinado texto ou franquia é marcado por um amplo conhecimento das ressonâncias genéricas e dos detalhes narrativos de um texto” (KRZYWINSKA, 2008, p.133, tradução nossa). Ou, como proposto por Kaveney (2005), esses textos podem ser considerados como que pertencentes a uma “estética *geek*”, não em um sentido pejorativo, mas sugerindo que determinados textos são expressamente projetados para atrair a um público específico, que aprecia um tipo de envolvimento mais detalhado e ampliado com a obra.

As noções de texto grosso e de estética *geek* dialogam diretamente com as proposições de Marsha Kinder (1991), que afirma que os videogames integram aquilo que a autora chama de *supersistemas de entretenimento*: sistemas de intertextualidade transmídia através de diferentes mídias narrativas, incluindo filmes, televisão, jogos, entre outros, que objetivam a criação de uma nova geração de consumidores, com um grau avançado de letramento midiático, que consomem não apenas o jogo digital, mas, ainda, as mais variadas formas midiáticas disponíveis dos produtos culturais de seu interesse. Ao considerar videogames como parte de supersistemas de entretenimento mais amplos, torna-se possível localizar referências de recursos de outras mídias que são facilmente e recorrentemente incorporados na construção dos jogos digitais com fins narrativos, com a certeza de se estar lidando com um público familiarizado e letrado dentro das premissas



narrativas mais comumente difundidas pelos produtos midiáticos de sua época. Posteriormente à criação do conceito de supersistemas de entretenimento por Kinder (1991), Jenkins (2004; 2008), semelhantemente, desenvolve extensamente em sua produção o conceito de *convergência midiática*, definindo a cultura da convergência como sendo “o momento em que vivemos, em que velhas e novas mídias colidem, mídias empresariais e alternativas se cruzam, e poderes do produtor e do consumidor interagem de formas imprevisíveis com seus diferentes interesses” (JENKINS, 2008, p. 29).

Retornando ao caso da Blizzard Entertainment, nota-se que a franquia *Warcraft* é ampla e continuamente expandida, seguindo o modelo de um supersistema de entretenimento transmidiático; de fato, tal qual indicado por Falcão e Marques (2017), título após título, independentemente do gênero de cada jogo, a companhia permanece recuperando temas e performances que já foram utilizadas anteriormente e que são referenciados em um movimento de apelo à nostalgia, seja ela temporal ou estilística, trazendo de volta certas referências, mesmo que elas não sejam necessariamente essenciais à experiência central da nova obra. Em *Hearthstone*, especificamente, percebe-se que

[...] as narrativas e estética do universo de *Warcraft* se manifestam de diferentes formas: muitas das cartas fazem alusão a personagens e eventos da narrativa, enquanto os cenários em que os combates são encenados emulam locais representativos desse universo. As Aventuras [*single-player*] [...] possuem relação direta com eventos ocorridos em *World of Warcraft*, por exemplo. Por outro lado, à medida que *Hearthstone* se torna um sucesso comercial em si [...], novos aspectos narrativos passam a ser explorados de forma independente ao universo de *Warcraft*, embora ainda ambientados no universo ficcional de seu predecessor (FALCÃO; MARQUES, 2017, p.11).

Dessa forma, é possível afirmar que um dos recursos utilizados pela Blizzard para garantir o engajamento dos jogadores com suas franquias é a aposta na imersão por meio de elementos narrativos e de *storytelling*, investindo na criação de um texto grosso, remetendo a um universo ficcional mais amplo que, por sua vez, abrange diferentes jogos e motiva um tipo de consumo voltado a um público especializado, conhecedor das premissas daquele mundo e interessado em acompanhar a trajetória de seus personagens favoritos nas mais diversas obras. No caso de *Hearthstone*, a imersão por meio da narrativa se apresenta, de forma mais marcante, com o conteúdo *single-player*. Porém, é importante perceber que esse conteúdo exclusivo, introduzido pelo *card game*, não se mantém apenas dentro do jogo digital; ele ainda se espalha e atua em diferentes mídias,

fazendo-se necessário discutir, também, a questão das narrativas transmídia e a maneira em que elas são introduzidas nas relações de *troc* dessa forma amalgamada específica. Discutimos esse tópico mais detalhadamente a seguir.

### 3.3 – Sobre as narrativas transmídia

Muito se discute a respeito das narrativas transmídia (*transmedia storytelling*, ou TS), de maneira que existem inúmeras definições do que elas seriam de fato, bem como muitos outros conceitos, de certa forma, semelhantes, e que acabam se confundindo entre si, como, por exemplo, “cross media” (Bechmann Petersen, 2006), “intermídia” (Higgins, 1966), “multimodalidade” (Kress & van Leeuwen, 2001), “multi plataformas” (Jeffery-Poulter, 2003), “mídia híbrida” (Boumans, 2004), “intertextual commodity” (Marshall, 2004), “mundos transmidiáticos” (Klastrup & Tosca, 2004), “interações transmídia” (Bardzell, Wu & Quagliara, 2007), entre outros (SCOLARI, 2009). Como pontuado por Scolari (2009), todos esses termos tentam definir, a grosso modo, quase que uma mesma experiência, que seria, tal qual proposto por Bechmann Petersen (2006, p.95), construída em torno de “um senso de produção e uma prática de interpretação baseados em narrativas, expressas por meio de uma coordenação combinada de linguagens e mídias, ou plataformas”.

Antes de se realizar uma tentativa de definição de TS, é importante ressaltar que não existe ainda um consenso definitivo a esse respeito; no entanto, como indica Gambarato (2013, p. 82), apesar dessa definição estar em aberto e ainda em constante discussão, é possível traçar as características principais daquilo que se entende por narrativa transmídia e “seguir os seus rastros”. Logo, recuperamos, nessa seção, algumas das principais contribuições de autores que se dedicaram a esse fenômeno, a fim de elencar algumas das possibilidades de aproximação às TS que nos auxiliaram durante a análise do projeto transmidiático do “Ano do Dragão” em *Hearthstone*.

Gambarato (2013) trata da questão da definição de TS partindo da análise da palavra “*transmedia*” em si. O prefixo *trans-* é de origem latina, significando *além, através, transversalmente*. Por consequência, transmídia seria, então, ir além, transcendendo e perpassando uma variedade de mídias. Em adição a essa ideia é possível citar também a

proposição de Long (2007, p.32), que sugere que o termo transmídia seja considerado “um adjetivo, e não um substantivo”, utilizando-o, então, para qualificar um fenômeno, mais do que apenas descrevê-lo.

Historicamente, as primeiras menções ao termo transmídia vêm do início da década de 1990. No já mencionado livro *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, Marsha Kinder (1991) trata de “grandes sistemas comerciais de intertextualidade transmidiática”, referindo-se a franquias relevantes que eram distribuídas em múltiplas plataformas. Já o termo “*transmedia storytelling*” foi utilizado originalmente por Henry Jenkins em 2003, em um artigo e, três anos depois, aprofundado no livro *Convergence Culture* (2006). Na definição clássica de Jenkins,

Uma história transmídia se desdobra através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto fazendo uma contribuição distintiva e valiosa ao todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio realiza o que faz de melhor – então uma história pode ser introduzida em um filme, expandida através da televisão, romances e quadrinhos; seu mundo pode ser explorado por meio de jogos ou experimentado como atração de um parque de diversões (JENKINS, 2006, pp. 95–96, tradução nossa).

Dessa forma, a TS seria uma estrutura narrativa específica que se expande por meio de diferentes linguagens e mídias, não sendo apenas uma adaptação de um suporte para outro. A história contada num livro, por exemplo, não é exatamente a mesma contada nos programas televisivos ou nos jogos digitais produzidos derivando dessa Obra-fonte; e os diferentes meios e linguagens conjuntamente “participam e contribuem para a construção do mundo transmidiático”, sem se sobreporem uns aos outros em termos de importância/relevância quando comparados entre si. Essa dispersão textual seria “uma das mais importantes fontes de complexidade na cultura popular contemporânea” (SCOLARI, 2009, p. 587).

Para Christy Dena (2009, p.18), a TS diz respeito à história de um mundo se “desdobrando por meio de diferentes plataformas”, enquanto Long (2007, p. 28) a ressalta como “a arte de criação de mundos”. Gambarato (2013, p. 82), por sua vez, se refere à TS como “experiências integradas de mídia que ocorrem dentre uma variedade de plataformas”. Uma narrativa transmídia contaria, então, de maneira conjunta, “uma história grande e penetrante, atraindo engajamento da audiência”. Logo, não se trataria, reforçando a proposição anterior de Scolari (2009), do mesmo conteúdo em diferentes

plataformas de mídia, mas “da experiência de construção de mundos, desdobrando conteúdo e gerando possibilidades para a história evoluir com conteúdos novos e pertinentes” (GAMBARATO, 2013, p.82).

Em adição às características já citadas, também se ressalta que as experiências transmídia deveriam permitir tanto a imersão em apenas um dos meios, oferecendo uma experiência completa, independentemente do que acontece em outros suportes, como também a possibilidade de explorar outras mídias para encontrar mais camadas de sentido e se engajar ainda mais com toda a experiência oferecida por determinada obra (DAVIDSON *et al.* 2010, p.31). É o caso das Aventuras de *Hearthstone*, por exemplo, nas quais os jogadores podem conhecer episódios isolados da vasta história do universo de Azeroth e, posteriormente, explorar outros títulos produzidos pela Blizzard, em diferentes suportes, para conhecer os desdobramentos daquela narrativa ficcional. De fato, algumas das características que podem ser localizadas e referenciadas como sendo próprias das narrativas transmídia são, conforme indicado por Gambarato (2013), um tipo de comunicação no qual o *storyline* dirige a audiência de um meio para outro; ou a habilidade de construir conteúdo passando por uma variedade de mídias; ou ainda a capacidade de existir não apenas pela justaposição de diferentes dispositivos e plataformas, mas por espalhar um objetivo em comum em todos esses diferentes suportes, visando a uma produção integrada:

Enquanto a definição é flexível, muito frequentemente as narrativas transmídia incluem informações-chave da história em uma variedade de plataformas, cada uma usada para o que faz de melhor; múltiplos pontos de entrada para o mundo ficcional; e a oportunidade de ação coletiva ao invés de consumo passivo. Uma história transmídia normalmente envolve dimensões diferentes, por exemplo, espaços narrativos (locação, personagens, tempo, etc.), número e relação temporal entre as plataformas (sequencial, paralelo, simultâneo, não linear), e tipos de envolvimento da audiência (passivo, ativo, interativo, colaborativo) (GAMBARATO, 2013, p. 84, tradução nossa).

De toda forma, o consenso geral, no momento presente, é o de que “o espaço transmidiático é grande o suficiente para abraçar diferentes tipos de histórias e experiências” (SALDRE; TOROP, 2012, p.41). No entanto, o conhecimento das características próprias daquilo que se chama de TS se faz necessário para compreender como a presença ou ausência desses traços contribuem para o desenvolvimento de tais projetos. As considerações teórico-metodológicas sobre o desenvolvimento das narrativas transmídia estão se expandindo; no entanto, elas ainda são bastante amplas,

provavelmente pelo fato de serem as TS um objeto de estudo relativamente novo e que ainda não possui seus procedimentos de pesquisa específicos e metodologia de análise própria (GAMBARATO, 2013). Devido à complexidade do fenômeno, que muitas vezes envolve múltiplas dimensões, como narrativa, contexto cultural, marketing, negócios, entre outras, é comum que a aproximação se dê por meio de perspectivas analíticas e metodologias relacionadas a apenas algumas dessas dimensões, de maneira isolada. Tal complexidade é mencionada por Jenkins (2010, p.943), que indica que lidar com transmídia é “desafiador”, porque cada tópico representaria uma “intersecção entre áreas de pesquisa que normalmente são tratadas como metodologicamente separadas”.

Uma das possibilidades de aproximação às narrativas transmídia é a partir da combinação da semiótica com a narratologia, como defendido por Scolari (2009). A semiótica seria útil para compreender a produção de sentido em diferentes dispositivos e, como as TS propõem um novo modelo narrativo, baseado em diferentes mídias e linguagens, a narratologia também seria pertinente para a compreensão de tal fenômeno. Essa possibilidade de aproximação entre estudos midiáticos, semiótica e narratologia foi sinalizada anteriormente por Marie-Laure Ryan (2004, p.35), a qual tal autora chama de “*narrative media studies*” ou “*transmedial narratology*”.

Para Scolari (2009, p.591), como está se lidando com textos (por exemplo, filmes, quadrinhos, *games*, etc.), uma aproximação por meio da semiótica é “necessária e benéfica”. Nesse ponto, o autor recupera a noção geral entre os semioticistas de que os textos não são, necessariamente, linguísticos (ou visuais), mas estruturados narrativamente, de forma que a narrativa seria o dispositivo ou estrutura básica para a produção de sentido. Tendo isso posto, como poderia então a semiótica analisar as narrativas transmídia? Se a narrativa seria o modelo primário de modelização (LOTMAN, 1977), o primeiro passo, após definir um conjunto básico de categorias analíticas, seria “clarificar a estrutura narrativa da TS” e, posteriormente, propor uma “taxonomia inicial das estruturas da TS” (SCOLARI, 2009, p. 591).

A partir desse ponto, a atenção de Scolari (2009) se volta para a compreensão do papel do leitor nessas estruturas textuais complexas, aspecto que também é relevante na presente pesquisa, quando observamos disposições e motivações dos jogadores; para tal, o autor recorre às contribuições de Umberto Eco (1988) nesse sentido. Retomando a observação de Jenkins (2006) de que as corporações estão criando diferentes pontos de

entrada para diferentes segmentos de audiência, Scolari (2009) reforça que, sendo um dos objetivos das TS aumentar o número de consumidores e se direcionar a diferentes grupos, uma reflexão semiológica sobre a construção desses consumidores seria pertinente.

Tal qual proposto por Umberto Eco (1988), cada texto constrói o seu leitor. Um texto sobre mecatrônica, ou gastronomia, por exemplo, dialoga diretamente com um público específico que domina uma série de conceitos dessas áreas em particular. Esse leitor “virtual”, com o qual o texto conversa, é chamado por Eco de *leitor modelo* ou *leitor implícito*. Se o leitor empírico consegue reconhecer o leitor modelo ao qual determinado texto se destina, e aceita essa proposta, ou enquadramento perante o texto, um *contrato de leitura* é estabelecido (VÉRON, 1999). Um mesmo texto pode suscitar diferentes leitores implícitos, sendo possível citar, como exemplo, o próprio caso de *Hearthstone*, que apresenta histórias novas, que podem ser aproveitadas igualmente por todos os jogadores, mas que, ao mesmo tempo, também adiciona nessas histórias uma série de referências textuais e imagéticas que, muito provavelmente, só serão percebidas por uma parcela do público que já jogou e também está familiarizado com o universo mais amplo de *World of Warcraft*.

Essas multicamadas textuais requerem diferentes habilidades cognitivas para serem interpretadas; dessa forma, ambos os grupos de espectadores, jogadores exclusivos de *Hearthstone* e jogadores tanto de *Hearthstone* quanto de *World of Warcraft*, participam de “diferentes posições cognitivas e semiológicas” em determinado mundo ficcional, numa estratégia que pode ser chamada de “texto multicamadas (*multilayer text*)” (SCOLARI, 2009, p.592). Outra possibilidade para criação de leitores implícitos seria operar na estrutura narrativa e contar a mesma história sob diferentes pontos de vista, de maneira com que os leitores não lidem com diferentes níveis de habilidades interpretativas, mas com a estrutura serial da narrativa, numa estratégia que Scolari chama de “texto multicaminhos (*multipath/multilane text*)” (SCOLARI, 2009, p.592). Um exemplo clássico disso é o personagem Illidan Tempesfúria, apresentado como um anti-herói, ou até mesmo um vilão, em *World of Warcraft*, mas que, em *Hearthstone*, tem a oportunidade de recontar sua história sob seu ponto de vista pessoal e justificar cada uma de suas atitudes condenadas naquele outro jogo.

Após destacar o papel do leitor dentro de um projeto transmídia, Scolari também dedica parte de sua atenção à questão do *branding*. Para o autor, um dos objetivos

principais das TS, como estratégia de mercado, seria o de criar um universo simbólico dotado de significado e solidificá-lo em torno de uma marca. Scolari (2009, p. 599) indica que, sob um ponto de vista semiológico, a marca seria “um dispositivo que pode produzir discurso, dar a ele significado e o comunicar a suas audiências”. Essa marca expressaria valores e seria apresentada como “um contrato entre as companhias e os consumidores”, propondo uma série de princípios, perante os quais os consumidores aceitariam ou não se tornar parte desse mundo. As marcas poderiam ainda aparecer como “narrativas ou mundo possíveis”, que podem ser analisados a partir da aplicação de ferramentas teóricas desenvolvidas para textos ficcionais. Essa noção de *branding* conversa diretamente com algumas das diretrizes da Blizzard Entertainment, discutidas na primeira parte da tese, direcionadas a preservar um estilo facilmente reconhecível nas produções da companhia e também entregar produtos de elevada qualidade técnica e artística, em pé de igualdade com as melhores produções das empresas concorrentes que atuam nesse mesmo campo de produção de jogos digitais (Diretrizes IV, V, VI e XI, pp.90-91).

As ideias de contrato e relação com os consumidores, seja individualmente, a partir da perspectiva de leitor-modelo, seja em grupo, com a solidificação de uma marca perante uma *fanbase*, foram bastante pertinentes na análise do projeto transmidiático do “Ano do Dragão” e conversam, em certa medida, com algumas outras proposições do já mencionado trabalho de Michael Baxandall (1991), mais especificamente quando esse autor trata do conceito de “olho do período”. Conforme mencionamos no primeiro capítulo, para Baxandall (1991), observar uma obra de arte de um período histórico passado é um exercício que trará sempre um estranhamento, muitas vezes originado pela distância do olhar do observador em relação ao daqueles para quem tal obra era destinada. É a partir daí que o autor desenvolve o conceito de *olho do período* (BAXANDALL, 1991) – a ideia é a de que, em diferentes momentos e lugares, certas características do conhecimento e da cultura dos espectadores os sintonizavam com aspectos das imagens que hoje não são naturalmente capturados, mas que o historiador, com o auxílio de textos e contextos, pode elucidar e recuperar.

Uma aproximação do conceito de olho do período em relação às narrativas transmídia é feita por M.J. Clarke (2012), que propõe que o mesmo tipo de expertise que os apreciadores de quadros do século XV (período estudado por Baxandall) tinham para avaliar uma pintura daquela época é o que detêm hoje os grupos organizados de fãs.

Segundo Clarke (2012), o olho do período, no contexto atual, é facilitado pela prática de incorporar as leituras na vida social, recorrer aos produtos várias e várias vezes e dissecá-los aos mínimos detalhes. Dessa forma, os fãs se tornariam uma recepção especializada das diferentes variações de um entorno transmídia, e fator chave para o sucesso dessas. Isso nos faz retornar às noções de texto grosso (KRZYWINSKA, 2008) e estética *geek* (KAVENEY, 2005), apresentadas anteriormente, destacando a importância de considerar esse público dedicado, explorador, enciclopédico, no momento da criação desses construtos narrativo-midiáticos ficcionais, tal qual feito nas obras da Blizzard Entertainment.

### *3.4 – O pluriverso transmidiático da Blizzard Entertainment*

Nas seções anteriores, sinalizamos o quanto o mercado dos jogos digitais tem se expandido e como, ao lidar com um público mais amplo, a indústria de videogames tem buscado se adaptar e investir em novas estratégias para garantir lucratividade e engajamento de seu público consumidor. No caso dos jogos casuais, especificamente, destacamos o modelo dos jogos *free-to-play*, no qual o título é oferecido gratuitamente aos jogadores, mas com a possibilidade de compra de itens especiais que, de maneira geral, incrementam e/ou aceleram o desempenho no jogo. Dentre as empresas que fazem uso de tal modelo, discutimos o caso da Blizzard Entertainment que, em meio a suas estratégias de mercado, recorre à criação de grandes universos ficcionais e à atualização recorrente de suas franquias.

Considerando o *card game Hearthstone*, especificamente, após identificar duas das principais motivações de seus jogadores – a competitividade e a imersão – foi possível analisar algumas das práticas da Blizzard para atender a tais expectativas desse público. No caso da competitividade, nota-se que toda uma estrutura foi construída em torno de um sistema de atualização e rotatividade de conteúdos: com a inclusão de 400 novas cartas todos os anos (e exclusão das cartas mais antigas do formato competitivo oficial), incentiva-se que os jogadores invistam mais no jogo a fim de adquirir esses novos itens, ao mesmo tempo em que se alteram as estratégias mais comuns presentes no cenário competitivo com a inclusão de novas mecânicas nas cartas recém-lançadas.



Quanto à imersão, notamos que a solução utilizada pela empresa foi a inclusão das *Aventuras* no jogo, um modo *single-player* que explora mais a fundo a temática de cada expansão ao mesmo tempo que conecta a narrativa de *Hearthstone* com uma mais ampla, oriunda do universo ficcional de *World of Warcraft*. Tal modo estimula a criação de um texto grosso e desperta o interesse dos jogadores em acompanhar a trajetória desses personagens também em outros produtos oferecidos pela empresa. Destacamos, ainda, o elemento transmidiático, que se faz presente nas produções da Blizzard e incentiva o jogador a se aventurar e coletar essas “porções de história” nos mais diferentes produtos e suportes.

Após nossa incursão no histórico da companhia, investigando suas diretrizes e trajetória no campo de produção de videogames, apresentada no primeiro capítulo desta tese, e da nossa defesa de um modelo de análise do jogos digitais considerando-os como formas amalgamadas, apresentada no segundo capítulo desta tese, propomos, agora, o entendimento da produção de narrativas ficcionais da Blizzard Entertainment como um grande construto comunicacional, ao qual chamamos de *pluriverso transmidiático*. Nosso conceito está bastante próximo daquele proposto por Christy Dena (2019), quando a autora afirma que a multiplicidade de nossos modos de vida é evidenciada na multiplicidade de nossas formas de arte. Para Dena (2019), não existe uma maneira única de criar e experimentar, e os profissionais responsáveis pelos processos criativos podem optar por se expressar em qualquer forma de arte que desejarem, assim como o público pode igualmente optar por se conectar por meio de qualquer forma de arte que preferir.

O pluriverso transmidiático que aqui apresentamos é plural porque não mais se concentra num único universo, fechado no jogo original, *Warcraft*. Ele já se expandiu de maneira extensiva, fomentando a criação de desdobramentos e realidades alternativas, nos quais os mesmos personagens coexistem e se relacionam de diferentes formas, em diferentes obras. E ele é transmidiático, porque não mais se limita a uma narrativa construída e apresentada exclusivamente na forma de um jogo digital. Essa narrativa já ultrapassou as barreiras desse suporte de origem e agora já se apresenta nas mais variadas mídias, como, por exemplo, cinema, música, videoclipes, livros, histórias em quadrinhos, jogos de tabuleiro, entre outros. Essas narrativas podem ser consumidas das mais diversas formas, por diferentes leitores-modelo. Elas não têm um princípio ou um fim, e podem ser expandidas infinitamente, diretamente atreladas às motivações dos

jogadores/consumidores e fazendo girar uma engrenagem que movimenta grandes somas de dinheiro e garante a lucratividade e a aquisição de capital financeiro e simbólico pela companhia, garantindo o seu posicionamento a partir das relações de *troc* que se dão no interior do campo de produção de jogos digitais.

Para exemplificar como esse conceito de pluriverso transmidiático se manifesta em *Hearthstone* mais detalhadamente, analisamos os três modos *single-player* lançados ao longo do “Ano do Dragão” – a saber “*O Grande Assalto a Dalaran*”, “*Tumbas do Terror*” e “*O Despertar de Galakrond*”. Com essa análise, destacamos as possibilidades exploradas pelos desenvolvedores para subverter as expectativas relacionadas a um gênero de jogo primariamente competitivo e inserir elementos de *storytelling* capazes de criar uma ambientação narrativa e contar diferentes histórias, complementares entre si, por meio do *gameplay* de um jogo de cartas.

#### **4. Uma análise das Aventuras no “Ano do Dragão” em *Hearthstone***

##### *4.1 – “Ano do Dragão”: uma visão geral*

Com a aproximação de um novo ciclo de rotações em *Hearthstone*, algo recorrente entre os fãs do *card game* é o período de discussões e expectativa que sempre antecede o anúncio de uma nova expansão, principalmente quando ela é a primeira do ano. Desde que a inserção de novos conjuntos de *cards* começou a ser implementada no jogo, observou-se que o primeiro conjunto de cada ciclo anual geralmente era o responsável por introduzir as mudanças mais marcantes na jogabilidade e, de certa forma, ditar o ritmo do que seria visto nas duas expansões seguintes. Foi assim em “*Sussurros dos Deuses Antigos*” (2016), com a introdução de *cards* para cada um dos quatro deuses lendários, que apresentavam mecânicas de *gameplay* bastante únicas, por exemplo; foi assim em “*Jornada a Un’Goro*” (2017), que introduziu as cartas de missões lendárias, promovendo um objetivo individual e personalizado para cada uma das classes disponíveis, a ser completado durante as partidas; e também foi assim com “*O Bosque das Bruxas*” (2018), que introduziu as mecânicas de decks formados exclusivamente por *cards* de custo par ou ímpar, oferecendo recompensas valiosas para aqueles que fizessem tal escolha.

Sabendo disso, não foi estranho observar uma expectativa ainda mais elevada com a chegada do “Ano do Dragão” (2019-2020); afinal, aquela não era apenas a largada de um novo ciclo de conjuntos de cartas, mas, também, a data em que *Hearthstone* completaria cinco anos de existência. Para um jogo casual e experimental na ocasião de seu lançamento, chegar à marca de cinco anos consecutivos de atividade, com um público expressivo e engajado, era, sem dúvidas, motivo mais do que suficiente para que o Team 5 fizesse uma comemoração à altura.

A primeira pista do que aguardaria os jogadores surgiu na forma de um *teaser*<sup>86</sup>, estrelado por uma única personagem, uma cartomante, que introduzia, com falas enigmáticas, a formação de uma equipe, com “mestres de planos obscenos”, da qual ela mesma faria parte, junto com outros personagens ainda a serem revelados pelas cartas que ela tinha sobre a mesa. O vídeo curto, de pouco mais de trinta segundos, foi suficiente para causar furor em meio ao *fandom*, principalmente por a tal cartomante não ser uma personagem desconhecida; de fato, ela já havia aparecido anteriormente, justamente no *trailer* de anúncio da expansão “*Sussurros dos Deuses Antigos*”<sup>87</sup>, no ano de 2016. Imediatamente começou-se a se especular sobre um possível “*flashback*” de momentos marcantes da história do jogo e, de certa forma, foi exatamente isso que aconteceu.

Nos vídeos que foram divulgados nos dias seguintes, vimos serem reveladas as identidades dos demais membros da tal equipe misteriosa. E, juntamente com Lazul, a cartomante, estavam, ainda, Rei Fubalumba, da expansão “*Kobolds & Catacumbas*” (2017); a bruxa Hagatha, da expansão “*O Bosque das Bruxas*” (2018); e Doutor Cabum, das expansões “*Goblins vs. Gnomos*” (2014) e “*O Projeto Cabum*” (2018). Por fim, no último *teaser* antes do anúncio oficial, descobrimos que a mente por trás da reunião desses vilões tão icônicos não era ninguém menos que Rafaam, o famoso antagonista da expansão “*A Liga dos Exploradores*” (2015), que, juntamente com seus mais novos comparsas, funda uma organização vilanesca batizada de “Liga do M.A.L.”. Dessa forma, os desenvolvedores tinham reunido personagens marcantes de cada um dos cinco anos de existência de *Hearthstone* e os trazido de volta, juntos, para uma nova aventura.

---

<sup>86</sup> Disponível em: <https://youtu.be/cryXJhPnaLU> (último acesso em 11/07/2020).

<sup>87</sup> Disponível em: <https://youtu.be/wbMKK9SV4Ek> (último acesso em 11/07/2020).

O anúncio da nova expansão, intitulada “*Ascensão das Sombras*”, chegou em 14 de março de 2019, com um *trailer* musical<sup>88</sup>, no qual Rafaam explica que reuniu aquele time de vilões para que juntos se vingassem dos heróis que os derrotaram, em cada uma de suas respectivas expansões, no passado, e para que também roubassem a cidade mágica de Dalaran, com todos os seus tesouros. Assim, apesar de termos personagens conhecidos, os veríamos em uma história inédita e numa locação nunca antes explorada pelo *card game*, garantindo, dessa forma, a junção entre nostalgia e ineditismo que já havia se estabelecido como uma das marcas registradas dos trabalhos do Team 5, bem como a confluência de vários microuniversos ficcionais que coexistiam dentro da *lore* de *Hearthstone*, porém independentes um do outro até aquele momento.

Entretanto, mais do que o apelo à nostalgia e a celebração da trajetória do *card game*, o elemento que possivelmente mais movimentou as discussões junto ao público, devido ao seu caráter inovador, foi a revelação de que, pela primeira vez no jogo, as três expansões lançadas ao longo do “Ano do Dragão” contariam uma única história, apresentada ao público em três atos, por meio das Aventuras *single-player*. Com essa escolha, vimos uma movimentação de grande porte em termos de *storytelling*, explorando ao máximo tanto as possibilidades materiais oferecidas pelo jogo em si, quanto a riquíssima *lore* construída baseando-se e expandindo o universo de *World of Warcraft*. Seguindo o modelo proposto por Bizzochi (2015) para a análise de narrativas em jogos digitais, observamos como elementos de *storytelling* e transmidiáticos foram utilizados para atender às motivações relacionadas à imersão dos jogadores em cada uma das cinco categorias propostas (mundo da história, personagens, emoção, interface e micronarrativas). Adicionamos, ainda, uma categoria extra, para tratar exclusivamente dos aspectos comerciais, que julgamos ter relevância quando consideramos o jogo inserido dentro de um pluriverso transmidiático mais amplo. Os resultados dessa análise são apresentados a seguir.

---

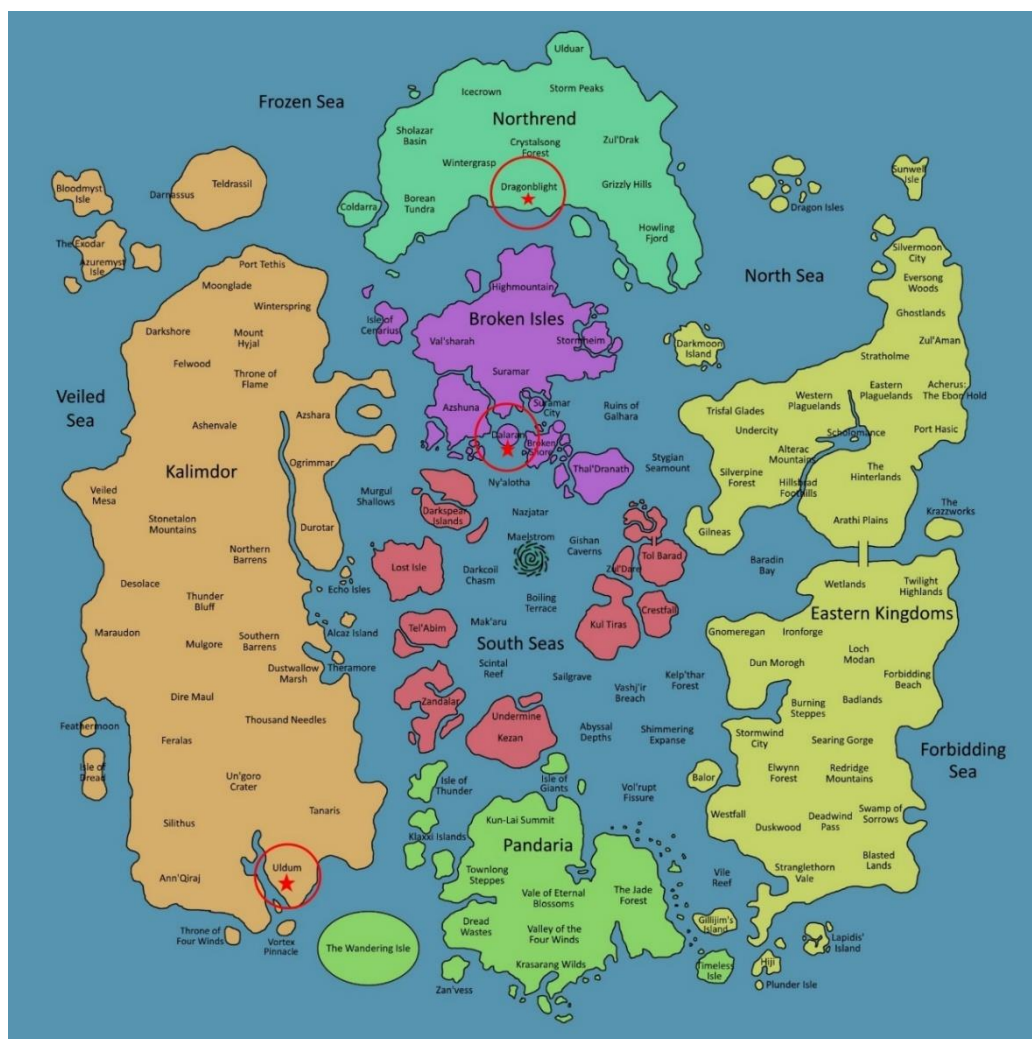
<sup>88</sup> Disponível em: <https://youtu.be/NRboqnYTvdY> (último acesso em 11/07/2020).

## 4.2 – Mundo da história

Uma das preocupações relatadas pelos desenvolvedores do Team 5, em diversas ocasiões, diz respeito à escolha da ambientação que guiará o desenvolvimento de um novo conjunto de cartas. É preciso que seja um lugar diverso, facilmente reconhecível e atrativo o suficiente para motivar tanto a construção do *storytelling* quanto das mecânicas do *gameplay*. Conforme mencionado anteriormente, é comum que os *game designers* passem algum tempo explorando os diferentes mapas de *World of Warcraft* em busca de elementos icônicos e passíveis de serem transformados em uma expansão de *Hearthstone*. Por vezes, para justificar uma expansão, basta um único personagem, que possua uma história impactante e grande relevância junto ao público, como foi o caso do Lich Rei, em “*Os Cavaleiros do Trono de Gelo*” (2017), ou de Illidan Tempesfúria, em “*Cinzas de Terralém*” (2020). Outras vezes, é uma região em si que ganha o status de protagonista, convidando os jogadores para desvendar os seus mistérios, como a pré-histórica Un’Goro, em “*Jornada a Un’Goro*” (2017); a cidade de Guilnéas e seus arredores, em “*O Bosque das Bruxas*” (2018); ou, ainda, a Arena Gurubashi, em “*O Ringue do Rastakhan*” (2018).

Com o “Ano do Dragão”, essa orientação não foi diferente. Cada uma das três expansões foi construída em localidades do mundo de *World of Warcraft* bastante distintas entre si e que ainda não haviam sido diretamente exploradas em *Hearthstone*. Nesse ponto, é notável a preocupação de que, por mais que as expansões estivessem conectadas por uma mesma história, elas ainda tivessem elementos facilmente identificáveis e que passassem a ideia de algo novo, e não de uma mera repetição de uma ambientação que os jogadores haviam acabado de experimentar na expansão anterior. Dessa forma, as locações escolhidas foram a cidade mágica de Dalaran, para a primeira expansão, “*Ascensão das Sombras*”; a região desértica de Uldum, para a segunda expansão, “*Salvadores de Uldum*”; e o gélido Ermo das Serpes (*Dragonblight*, em inglês), em “*Despontar dos Dragões*”.

Ao observar o mapa do mundo de Azeroth (ver figura 25), onde é ambientado todo o universo de *Warcraft*, uma das primeiras coisas que chama atenção é o quão distantes as três regiões escolhidas para ambientar as expansões do “Ano do Dragão” estão entre si (elas aparecem circuladas em vermelho no mapa). Se, por um lado, o time de desenvolvedores tinha locações bastante diversas, capazes de motivar a criação de um conjunto de cartas completo a partir de suas características individuais, por outro lado tinha, também, que descobrir uma maneira de criar uma conexão entre elas e resolver a questão da movimentação dos personagens principais por essas três localidades, já que as expansões estariam conectadas entre si pela primeira vez.



**Figura 25:** Mapa do mundo de Azeroth destacando (em vermelho) as localidades onde foram ambientadas as três expansões do “Ano do Dragão” em *Hearthstone*. Fonte: produção própria.

Retomando as lógicas de funcionamento das formas amalgamadas, em que diferentes compósitos atuam suportando uns aos outros, vemos, nessa situação, a necessidade de se recorrer aos compósitos de *storytelling* para justificar a transição entre três regiões tão diferentes e distantes entre si; a solução encontrada para tal problema foi a junção das características geográficas de uma dessas localidades com a trajetória narrativa de um dos personagens protagonistas. A ambientação escolhida para a primeira expansão, “*Ascensão das Sombras*”, foi a cidade de Dalaran. O que torna a localidade tão singular é o fato dela ser considerada a “capital da magia” e estar construída sobre uma formação rochosa flutuante, que permite que a cidade se desloque pelos ares. De fato, ela já havia sido movida anteriormente, pelos poderes mágicos de seus líderes, os magos do Kirin Tor, para ser utilizada como uma fortaleza de ataque aéreo durante uma batalha contra o Lich Rei, em *World of Warcraft*.

Conforme descobrimos no *trailer* de anúncio de “*Ascensão das Sombras*”, Razaam tem a intenção de unir os vilões da Liga do M.A.L. para roubar a cidade inteira, com todos os seus tesouros. É apenas com o lançamento de um novo *trailer*<sup>89</sup>, para divulgar o conteúdo *single-player*, que finalmente entendemos como ele pretende fazer isso. Um dos membros da equipe é o já citado Doutor Cabum, famoso por seus experimentos científicos, muitos deles envolvendo explosivos. Logo, na falta dos poderes mágicos utilizados anteriormente pelos magos do Kirin Tor, a solução da vez é acoplar os foguetes de Cabum à cidade e garantir que ela se movimente pelos ares de acordo com a vontade dos vilões. E, de fato, o plano não apenas funciona, como também permite que o grupo de personagens se locomova rumo à longínqua localização da expansão seguinte, Uldum; o *trailer* de “*Salvadores de Uldum*”<sup>90</sup>, começa, inclusive, justamente mostrando a cidade de Dalaran se aproximando pelos ares, controlada pelos membros da Liga do M.A.L. Em Uldum, os vilões recuperam um artefato poderoso, necessário para realizar a parte final de seu plano, e partem mais uma vez pelos ares, a bordo de Dalaran, rumo ao Ermo das Serpes, localização da terceira expansão, onde os reais objetivos de Razaam são enfim revelados e heróis e vilões se enfrentam uma última vez.

No caso do “Ano do Dragão”, o mundo da história não é responsável apenas por oferecer uma atmosfera própria para cada conjunto, ou servir de localização para o

---

<sup>89</sup> Disponível em: <https://youtu.be/Z8B7YNv7tTI> (último acesso em 11/07/2020).

<sup>90</sup> Disponível em: <https://youtu.be/l8Xx4mZwVG4> (último acesso em 11/07/2020).

desenvolvimento do roteiro das Aventuras; ele também é diretamente aproveitado e incorporado durante a criação dos compósitos de jogabilidade, que são, em outras palavras, os desafios que o jogador terá que superar enquanto acompanha a história contada, caso queira conhecer o seu desfecho. Nas duas primeiras expansões do ano, fomos apresentados aos dois grupos que viriam a se enfrentar, os vilões, da Liga do M.A.L. (*Ascensão das Sombras*), e os heróis, da Liga dos Exploradores (*Salvadores de Uldum*). Em ambas as Aventuras, o *gameplay* é construído de maneira semelhante, com cada um dos integrantes dessas equipes sendo o responsável por conquistar um dos territórios do mapa, apresentados na forma de capítulos. Assim, em Dalaran, os jogadores exploram, na pele dos vilões, o Banco, o Castelo Violeta (uma prisão), as Ruas (no distrito dos vendedores), os Esgotos e a Cidadela do Kirin Tor (local onde se reúnem os líderes da cidade). Já em Uldum, os locais visitados, na pele dos heróis, são os esconderijos dos diferentes “Senhores das Pragas”, soltos por Rafaam, que precisam ser derrotados pela Liga dos Exploradores. Esses adversários são encontrados na Cidade Perdida, nas Dunas Causticantes, na Tumba de Khartut, nos Salões Primordiais e no Santuário Interno (veja os dois mapas na figura 26, abaixo).



**Figura 26:** Mapas de Dalaran e Uldum. Fonte: Blizzard Entertainment.

Em síntese, podemos afirmar, ao analisar a categoria “mundo da história”, que as locações escolhidas atuaram nos três tipos básicos de compósitos da forma amalgamada: o de *identidade audiovisual*, ao fornecer a ambientação e os elementos audiovisuais bastante distinguíveis entre cada uma das três localidades exploradas; o de *jogabilidade*, ao fornecer mapas e cenários específicos que puderam ser incorporados na



movimentação e nos desafios propostos ao jogador; e, principalmente, o de *narrativa*, ao fornecer três ambientações facilmente reconhecíveis, de *World of Warcraft*, que possuíam elementos de história que puderam ser aproveitados e incorporados durante a construção desse novo roteiro contado pelas três expansões do “Ano do Dragão”.

### 4.3 – *Personagens*

Essa é, provavelmente, a principal categoria quando observamos a construção do pluriverso transmidiático da Blizzard Entertainment. Sim, *Warcraft* introduziu o mundo ficcional de Azeroth, porém, o que mais se destaca nesse universo não é a ambientação fantasiosa em si, mas as figuras icônicas que habitam esse mundo, algumas delas até mesmo ultrapassando as barreiras dos jogos e alcançando o status de ícones da cultura pop, facilmente reconhecíveis e referenciáveis, mesmo por aqueles que sequer jogaram algum dos jogos da companhia. Os já mencionados Lich Rei e Illidan Tempesfúria são exemplos clássicos nesse sentido e, junto a eles, se somam vários outros, como Jaina Proudmore, Sylvana Correntos ou Thrall, para citar apenas alguns. O que chama a atenção, no caso de *Hearthstone*, é o fato de que, apesar de se apoiar e fazer referências quase o tempo todo ao mundo de Azeroth, o Team 5 tenha preferido, ao invés de apenas reciclar elementos já existentes, investir de maneira extensiva na criação de personagens inéditos, que não apenas coexistem entre si nesse universo mais amplo, como também se relacionam com aqueles outros personagens que são originais e exclusivos de *World of Warcraft*.

No caso das equipes rivais do “Ano do Dragão”, especificamente, apenas Doutor Cabum, do lado dos vilões, e Brann Barbabronze, do lado dos heróis, já existiam anteriormente em *World of Warcraft*. Todos os demais personagens foram criados especificamente para *Hearthstone* e já haviam aparecido antes, na forma de *cards* de expansões passadas, com exceção de Lazul, a cartomante, que apenas havia estrelado um *trailer* até então. Mais uma vez recorrendo à relação “apelo à nostalgia *versus* ineditismo”, os personagens não são meramente trazidos de volta, tal qual o público os conheceu anteriormente. Alguns deles, como Rei Fubalumba, Hagatha e Doutor Cabum, já tinham, inclusive, aparecido em expansões recentes, em 2017 e 2018, de modo que se fez necessário pensar em uma maneira de reintroduzi-los no jogo sem que a experiência

das novas cartas fosse muito semelhante com as aparições passadas dessas figuras, ainda frescas na memória dos jogadores.

A solução encontrada pelo Team 5 foi repropor cada um dos nove protagonistas (cinco vilões e quatro heróis) associando-os diretamente com uma das nove classes que existiam no jogo naquela ocasião, mais uma vez fazendo os compósitos de narrativa atuarem lado a lado com os compósitos de jogabilidade. Alguns deles, como Hagatha e Doutor Cabum, já tinham aparecido como *cards* de classes específicas (no caso, xamã e guerreiro, respectivamente), então essa classificação original foi mantida. A maioria deles, no entanto, apareceu na forma de cartas neutras no passado, que podiam ser utilizadas por qualquer classe, sendo necessário retrabalha-los individualmente para que eles melhor se adequassem aos arquétipos de jogabilidade de uma classe específica, dessa vez. No time dos vilões, percebemos que essa adaptação foi menos trabalhosa, uma vez que os personagens que ainda não tinham classe – a saber: Rafaam, Fubalumba e Lazul – já haviam apresentado, em suas aparições anteriores no jogo, características e comportamentos que permitiram que eles fossem facilmente acomodados nas classes de bruxo, ladino e sacerdote, respectivamente. Como agora eles compunham uma equipe de vilões, porém, o seu *design* foi refeito para que eles adotassem codinomes e disfarces, fazendo referência direta a personagens vilanescos de histórias em quadrinhos. Dessa forma, conhecemos, em “*Ascensão das Sombras*”, o Arquivilão Rafaam, a Madame Lazul, o Explodista Cabum, a Rainha-Pantanosa Hagatha e o Barão-Assaltante Fubalumba, todos eles apresentados na forma de *cards* lendários, com efeitos únicos e poderosos, que reforçavam as características individuais e da classe de cada um (veja os personagens em sua nova roupagem na figura 27, abaixo).



**Figura 27:** Liga do M.A.L. (da esquerda para direita): Cabum, Hagatha (acima, no centro), Rafaam (abaixo, no centro), Lazul (acima, à direita) e Fubalumba (abaixo, à direita). Fonte: Blizzard Entertainment.

No caso dos heróis da Liga dos Exploradores, percebe-se que houve um trabalho maior ao repropor os personagens, a fim de que eles realmente se adequassem às quatro classes restantes. Um dos fatores iniciais tomado como critério para a classificação foi a raça desses heróis: tínhamos Brann, um anão; Finlei, um murloc; Elise, uma elfa noturna; e Reno, um humano (supostamente, como veremos adiante). O fato de a classe dos paladinos ser uma das que mais aproveitara a tribo dos murlocs em sua jogabilidade, no passado, fez com que Finlei pudesse ser mais facilmente adequado a ela; logo, o personagem foi reproposto como um cavaleiro, montado num escaravelho de Uldum, recebendo a alcunha de “Don Finlei das Areias”. Elise já havia sido introduzida, em sua primeira aparição, em “A Liga dos Exploradores” (2015), como uma intelectual, acompanhada de seu diário; essa característica foi aproveitada e ela foi reproposta como uma druida, observadora da natureza e das estrelas, recebendo o título de “Elise, a Iluminada”. Já a força física dos anões, por sua vez, foi a característica marcante utilizada para repropor o personagem Brann como um domador de feras, responsável por amansar os dinossauros de Uldum e os utilizar como montarias; dessa forma, foi atribuída a ele a classe de caçador e ele recebeu o título de “Doma-dinos Brann”. Por fim, Reno Jackson ficou bastante conhecido em sua expansão original por seu interesse em coletar e colecionar artefatos antigos, de valor inestimável. Agora, ele foi repaginado demonstrando um interesse específico em acumular relíquias mágicas, recebendo a classe

restante, mago, e a alcunha de “Reno, o Relicólogo” (veja os personagens em sua nova roupagem na figura 28, abaixo).



**Figura 28:** Liga dos Exploradores: Reno (à esquerda), Elise (à cavalo), Finlei (centro) e Brann (à direita). Fonte: Blizzard Entertainment.

Ao observar a maneira como ambas as equipes são introduzidas aos jogadores, é perceptível o quanto o material audiovisual de divulgação (*teasers*, *trailers* e curtas, principalmente) teve um papel fundamental não apenas ao apresentar essas novas roupagens, como, também, ao ajudar a contar a história das três expansões, de maneira geral. De fato, alguns detalhes desse roteiro estendido sequer são mencionados no jogo em si, se tornando necessário assistir a esse material adicional, em um outro suporte, em uma outra mídia, caso se queira fruir a obra em sua totalidade.

Apesar dessa prática causar um estranhamento, à primeira vista, há uma boa explicação para tal. A materialidade do jogo em si (principalmente o seu motor gráfico e a interface de usuário) foi idealizada para permitir que o título fosse acessível e jogável nos mais variados dispositivos. Tal característica, embora positiva por um lado, ao permitir que o jogo alcance um público mais amplo, também acarreta em uma série de fatores limitantes, por outro lado. *Hearthstone* não suporta *cutscenes*, por exemplo; então, enquanto a maioria dos jogos digitais pode simplesmente interromper o *gameplay* a qualquer momento e exibir um vídeo contando determinado segmento do roteiro, não existe essa opção dentro do *card game* da Blizzard. Por consequência, tudo o que diz

respeito à história precisa ser apresentado ou utilizando os próprios elementos do jogo em si, ou recorrendo a outras mídias externas.

Embora os desenvolvedores tenham encontrado soluções bastante criativas para inserir o *storytelling* nos compósitos de jogabilidade, conforme abordaremos adiante, ao falar mais especificamente da interface, existe entre eles a consciência de que há certos elementos que são melhor trabalhados em vídeo. Porém, inteligentemente, ao invés de esconder ou ignorar essa suposta “vulnerabilidade” do jogo, o Team 5 escancara a necessidade do material de apoio e investe pesado na produção dessas animações, contratando estúdios renomados e entregando uma produção de alto orçamento, que prima pela qualidade técnica e artística. O caráter cômico, colorido e mágico de *Hearthstone* se tornou tão distinguível, em termos de estilo, que já contribuiu, inclusive, para que se criasse, entre o público, uma expectativa relacionada especificamente a esses vídeos, músicas e outros materiais paralelos que são lançados no canal do Youtube<sup>91</sup> da companhia e complementam a exposição do roteiro das expansões. No caso específico do “Ano do Dragão”, tivemos, ao longo de todo período, trinta e seis (36) vídeos diretamente relacionados às três expansões divulgados no canal oficial de *Hearthstone* no Youtube, com durações variadas, indo de trinta segundos, no mínimo, até sete minutos, no máximo. Essa estratégia da equipe de desenvolvedores reforça, mais uma vez, o caráter transmidiático desse universo ficcional, em que diferentes meios são aproveitados para atuarem naquilo que fazem de melhor e contribuírem, conjuntamente, para introduzir esses personagens e contar a história do jogo digital.

Ainda sobre os personagens, embora os membros da Liga do M.A.L. e da Liga dos Exploradores fossem bastante queridos do público e um embate entre eles pudesse oferecer material mais do que suficiente para sustentar o desenvolvimento narrativo de três expansões, o Team 5 tinha a consciência de que faltava ainda um último elemento, inédito, de impacto, que pudesse amarrar aquela história e encerrar o “Ano do Dragão” em grande estilo. A escolha da ambientação da última expansão já dava dicas do que viria; afinal, estávamos no ano dedicado aos dragões, num lugar conhecido por ser morada desses seres, na terceira e última expansão do ciclo, logo, era de se esperar que tais criaturas tivessem um papel fundamental na história que estava sendo contada. Tal

---

<sup>91</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/c/HearthstoneBrasil/> (último acesso em 11/07/2020).

confirmação não tardou a acontecer, logo no anúncio de “*Despontar dos Dragões*”<sup>92</sup> e, depois, com o *trailer* da Aventura “*O Despertar de Galakrond*”<sup>93</sup>, quando o último protagonista foi enfim revelado, na forma de um vilão supremo: era ninguém menos que Galakrond, o pai de todos os dragões de Azeroth, que seria trazido de volta à vida por Rafaam, em sua constante busca por poder, utilizando o artefato misterioso que a Liga do M.A.L. havia recuperado em Uldum, na expansão anterior.

Existem inúmeros elementos no personagem Galakrond que renderiam análises detalhadas; aqui restringimo-nos a dois deles, especificamente, que conversam diretamente com as proposições relacionadas à forma amalgamada de *Hearthstone* e ao pluriverso transmidiático da Blizzard que apresentamos nesta pesquisa. Em primeiro lugar, destacamos a construção narrativa em torno da figura do dragão adormecido, que precisa ser despertado e trazido de volta à vida. Isso acontece durante as partidas entre os jogadores e apenas as classes representadas pelos vilões são capazes de fazer tal proeza. Existem cartas específicas que são utilizadas para “invocar” Galakrond e, a cada vez que isso é feito, o dragão aumenta os seus poderes e se torna ainda mais ameaçador, até finalmente entrar em campo e assumir o lugar do personagem que o invocou. Aqui, vemos como a fantasia de despertar um ser ancestral poderoso e temível foi efetivamente traduzida por meio da jogabilidade do *card game*; cada carta que invoca Galakrond possui falas que reforçam a ideia de um grupo de adoradores que veneram a entidade e anseiam por seu retorno à vida e, sempre que o dragão é invocado, ele aparece na tela, mostrando sua forma atual e as transformações pelas quais está passando, de maneira semelhante àquela utilizada com a carta de *C’thun* no passado (ver figura 20, na página 140). É a junção equilibrada entre os compósitos de jogabilidade, identidade audiovisual e narrativa promovendo a imersão nessa fantasia específica.

Em segundo lugar, na última aventura, da terceira expansão, quando finalmente vemos acontecer o embate derradeiro contra Galakrond, o Team 5 pela primeira vez permitiu que a história fosse jogada sob dois pontos de vista diferentes: era possível se unir aos heróis e impedir o despertar de Galakrond, ou se unir aos vilões, trazer o dragão de volta à vida e observar as consequências desse ato para o mundo de Azeroth. Logo, com o encerramento do “Ano do Dragão”, não temos um final definitivo, ou uma versão

---

<sup>92</sup> Disponível em: [https://youtu.be/7KReOV\\_K8QE](https://youtu.be/7KReOV_K8QE) (último acesso em 12/07/2020).

<sup>93</sup> Disponível em: <https://youtu.be/wbj5HNzbWb4> (último acesso em 12/07/2020).

“oficial” do que aconteceu; temos, ao invés disso, duas versões, paralelas, que enfatizam cada um dos grupos de personagens rivais e permitem que os jogadores explorem possíveis desdobramentos narrativos e escolham aquele que os agrada mais. Dessa forma, reforça-se a ideia de obra aberta, que pode ser explorada e interpretada de diferentes formas, em diferentes níveis, e que está livre das responsabilidades de se manter fiel a um cânone ou à Obra-fonte que a antecedeu.

#### 4.4 – Emoção

Quando tratamos dessa categoria, em específico, temos consciência de que é praticamente impossível determinar objetivamente de que maneira as centenas de milhares de jogadores de *Hearthstone*, espalhados em diferentes lugares do mundo, reagiram emocionalmente a determinados elementos narrativos apresentados pela obra. Nosso foco aqui, portanto, não está centrado na recepção, mas sim nas diferentes estratégias adotadas pelo time de desenvolvedores ao incluir, durante o processo de criação do jogo, determinados compósitos, buscando, deliberadamente, provocar certos tipos de reação emocional/afetiva nos jogadores.

Ao observar a construção narrativa feita ao longo das três expansões do “Ano do Dragão”, concluímos que o elemento emocional/afetivo é abordado, mais proeminentemente, seguindo duas estratégias principais. A primeira delas é a quebra das expectativas. Conforme mencionamos anteriormente, a materialidade de *Hearthstone* não permite grandes alterações na estrutura do jogo, de maneira que o componente de *storytelling* tem que ser incorporado à fisicalidade do tabuleiro e ser contado por meio das cartas e das interações de *gameplay*. Isso vem sendo feito e aprimorado desde a inclusão dos primeiros conteúdos *single-player*, há cerca de cinco anos. Porém, como toda fórmula que é repetida à exaustão, tornou-se necessário encontrar maneiras de revitalizar essa experiência e propor formas alternativas de fruir e de se relacionar com a obra.

Os elementos de história, em quase toda a sua totalidade, são contados por meio de duelos; assim, ao invés de enfrentar outra pessoa, o jogador assume, durante os segmentos *single-player*, o papel de algum personagem da trama e batalha contra um

antagonista. É durante o confronto que a história vai sendo apresentada, conforme os personagens conversam entre si e revelam suas motivações. Para garantir o elemento de novidade, a solução encontrada foi a subversão das regras previamente estabelecidas no *card game* e a inclusão de elementos que normalmente não fazem parte das partidas ranqueadas. Essas modificações são feitas de maneira progressiva, mais tímidas na primeira expansão do ano, moderadas na segunda e bastante transgressoras na terceira e última, promovendo, dessa forma, um interesse continuado e criando uma expectativa para o grande desfecho da história.

Durante o primeiro episódio, em “*O Grande Assalto a Dalaran*”, o recurso utilizado foi o aproveitamento de características marcantes das locações da cidade de Dalaran para promover alterações no tabuleiro e criar situações atípicas de combate, como menos espaços para colocar suas unidades em campo ou unidades aprisionadas (discutimos isso mais detalhadamente na seção seguinte, em que tratamos especificamente da interface). Como desfecho, a Aventura recorre a quatro duelos adicionais em seu último capítulo, contra uma personagem nova, exclusiva de *Hearthstone*, a Magistrix Norroa, e contra três arquimagos bastante conhecidos e poderosos, de *World of Warcraft*, Vargoth, Kalec e Khadgar. Os quatro adversários finais possuem pontos de vida bastante elevados (85, 90, 100 e 110, respectivamente, ao invés de 30, como é o normal do jogo) e utilizam uma série de recursos notavelmente poderosos, construídos em torno de elementos mágicos, respeitando a ambientação em Dalaran e o histórico de tais personagens. Juntos, eles constituem um desafio de dificuldade elevada e pouco usual para os jogadores que desejam concluir aquele modo de jogo, ativando, de maneira indireta, a motivação relacionada à competitividade e aumentando, conseqüentemente, o engajamento deles com a obra.

Na segunda Aventura, “*Tumbas do Terror*”, a inovação apresentada foi combinar duas classes diferentes em cada um dos personagens jogáveis, ao invés de uma, como é o normal. Também foram introduzidos tesouros personalizados e exploradores aprendizes, que eram recuperados por cada um dos membros originais da Liga dos Exploradores e adicionados aos decks, oferecendo recursos inéditos e que agregavam não só ao *gameplay*, como também à construção desses protagonistas (Brann, o caçador, tinha um trabuco, por exemplo, enquanto Elise, a pesquisadora, tinha ferramentas de exploração arqueológica). O último inimigo, Tekahn, também é consideravelmente mais



poderoso (300 pontos de vida) e tem três habilidades diferentes, que são alternadas durante os três estágios da batalha final. Aqui, diferentemente da primeira expansão do ano, os quatro heróis se juntam no último duelo, adicionando os tesouros de todos eles no deck e permitindo que o jogador decida a ordem em que eles entram em campo e como os seus recursos serão utilizados, o que possibilita diferentes estratégias de jogabilidade enquanto se experencia o desfecho narrativo daquele capítulo.

Por fim, na terceira e última Aventura do ano, “*O Despertar de Galakrond*”, a novidade foi a já mencionada possibilidade de jogar o desfecho da história duas vezes, sob dois pontos de vista opostos. Mais do que uma mera repetição dos desafios apenas modificando o personagem assumido pelo jogador, o Team 5 de fato desenvolveu duas linhas do tempo bastante diferentes caso você escolha se unir à Liga do M.A.L. ou à Liga dos Exploradores. Com um controle sobre o arco narrativo bem mais explícito – dessa vez, nenhum confronto é aleatório, ao contrário da maior parte dos confrontos das duas Aventuras anteriores, que seguiram o modelo das “sessões de masmorra” – é perceptível o empréstimo de recursos da ficção seriada para garantir o engajamento e a imersão dos jogadores: há vários *cliffhangers* entre as inúmeras batalhas e dois *plot twists* diferentes, de acordo com o lado escolhido. Caso o jogador opte pelo lado dos heróis, é revelado, ao longo do último capítulo, que o personagem Reno Jackson é, na verdade um dragão, e não um humano – ele inclusive assume sua forma original na batalha final contra Rafaam e Galakrond, adquirindo novas habilidades poderosas. Caso o jogador opte pelo lado dos vilões, ele assume o ponto de vista de Rafaam e desperta Galakrond, utilizando o dragão ancestral para derrotar os líderes das duas facções que disputam o domínio do reino de Azeroth em *World of Warcraft*: Anduin e os soldados da Aliança e Sylvana e os guerreiros da Horda. Por fim, após finalmente concluir seus objetivos, Rafaam se dá conta de que Galakrond está fora de controle e se arrepende do que fez, duelando ele mesmo contra o dragão e o derrotando ao final da Aventura. E é justamente nesse ponto que encontramos a segunda grande estratégia para promover reações emocionais/afetivas de maneira deliberada nos jogadores: o empréstimo de recursos amplamente difundidos em outras linguagens midiáticas que também lidam com a ficção seriada.

Em “*O Despertar de Galakrond*”, por mais que o jogador esteja constantemente interagindo com a interface e decidindo a melhor estratégia ao longo dos duelos, toda a estrutura da experiência é muito mais controlada e dirigida pelos desenvolvedores, de

maneira a garantir um andamento específico e a construção de um arco narrativo em sua forma mais clássica: apresentação, complicação, desenvolvimento, resolução e desfecho. O empréstimo de recursos da ficção seriada televisiva, por exemplo, é tão marcante que, por vezes, é quase como se estivéssemos assistindo ao episódio final da temporada de uma série de fantasia, com direito a revelações, reviravoltas, duelos chamativos, efeitos especiais e todos os demais elementos que já foram exaustivamente abordados em outros produtos da indústria do entretenimento. O caráter transmidiático aparece mais uma vez e há, inclusive, uma menção direta a outro confronto ficcional que acontecia naquela mesma época, em outro jogo da companhia, *World of Warcraft* – o já citado embate entre Aliança e Horda, facções cujos líderes fazem uma aparição surpresa em *Hearthstone* para tentar impedir Galakrond e, de certa forma, também atendem a uma parcela específica do público, que consome ambos os jogos e tem um investimento afetivo com esses personagens.

#### 4.5 – Interface narrativa

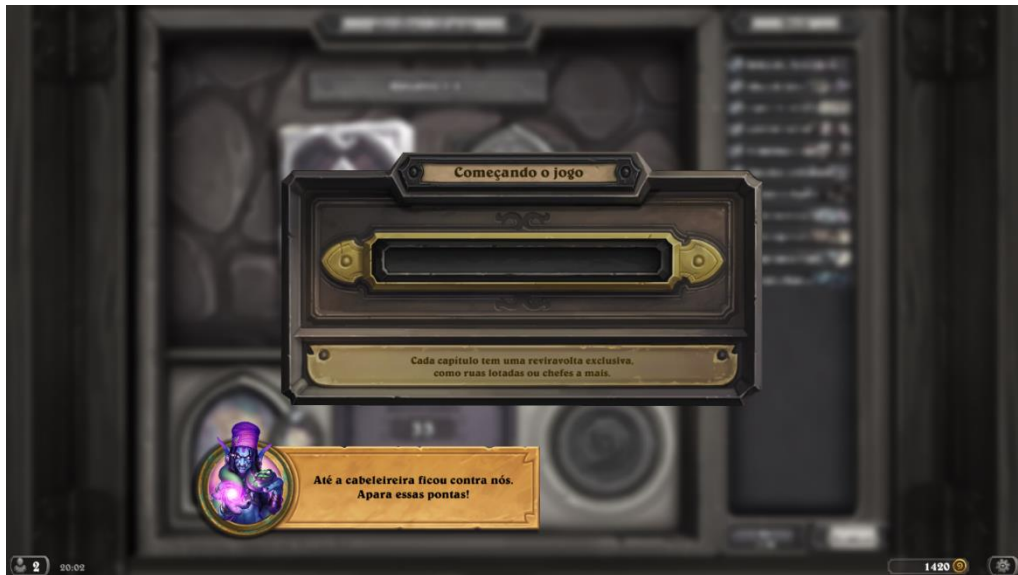
Nessa categoria, percebemos que a equipe de desenvolvedores se aproveitou de variados elementos materiais, indispensáveis para o funcionamento do jogo, para inserir, também aí, compósitos de narrativa, amalgamados com essas outras estruturas. Para acessar o conteúdo *single-player*, por exemplo, é necessário que o jogador navegue por um menu, e já aí nota-se que a equipe responsável utilizou diferentes elementos estéticos e recursos iconográficos, durante a construção dessa estrutura, para distinguir as várias expansões entre si (veja a figura 29, abaixo).



**Figura 29:** Interface de *Hearthstone* exibindo o menu de seleção do conteúdo *single-player*, à direita. Fonte: Blizzard Entertainment.

Em seguida, assim que o jogador seleciona um dos capítulos de qualquer uma das Aventuras apresentadas no menu, é preciso esperar durante alguns segundos, para que o jogo “carregue” todos os recursos materiais necessários e inicie aquela sequência de *gameplay*. Esse momento de espera inicial é algo comum e amplamente presente nos mais variados jogos digitais, uma exigência do próprio suporte em que esse tipo de produto é distribuído, necessário para que o *software* tenha um funcionamento adequado. Presumindo que os jogadores já estão mais do que habituados a passar por esse ritual de “aguardar o carregamento do jogo”, muitos estúdios sequer se preocupam com o que acontece durante esse período de espera e se limitam a exibir uma mensagem com os dizeres “carregando, aguarde” na tela. No caso de *Hearthstone*, porém, desde a tela de carregamento os jogadores já são recepcionados com a música tema da expansão e com a aparição do personagem que será o protagonista da próxima porção da história, que explicará, em linhas gerais, o que está acontecendo na trama enquanto o jogo é carregado em segundo plano (ver figura 30). Essas inserções de conteúdo narrativo se assemelham, visualmente, à linguagem das histórias em quadrinhos, já que os personagens surgem desenhados em duas dimensões e suas falas, além de serem dubladas, também são destacadas em texto, dentro de balões. Porém, além das opções estéticas claramente se

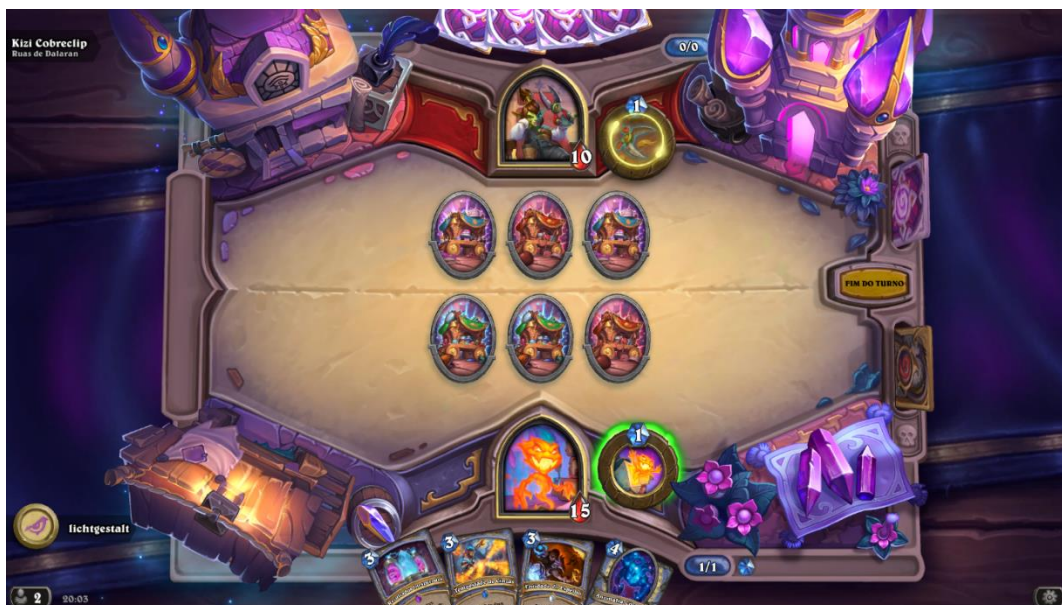
relacionando com outras mídias, o que se destaca mais, nesse ponto, é o quanto nenhuma oportunidade de inserir elementos narrativos foi perdida desde que o jogo foi iniciado; seja no menu, seja na tela de carregamento, a história já estava sendo contada antes mesmo da sequência de *gameplay* começar de fato.



**Figura 30:** A personagem Lazul comenta sobre sua adversária, num balão, abaixo, enquanto o jogo carrega, ao fundo. Fonte: Blizzard Entertainment.

O próximo elemento que se destaca é o tabuleiro. Ele é o palco onde acontecem não apenas os duelos, mas, também, o andamento da história. Logo, cada uma das expansões apresenta tabuleiros diferentes, que incorporam em sua identidade audiovisual elementos que fazem referência ao clima, geografia e arquitetura de suas respectivas localidades, além de conter objetos interativos, que podem ser manipulados pelos jogadores em qualquer momento durante as batalhas. Nesse aspecto, destacamos, especificamente, a primeira Aventura, “*O Grande Assalto a Dalaran*”. Com o intuito de representar cada uma das áreas da cidade de Dalaran, os desenvolvedores criaram elementos extras, que ocupariam espaços no tabuleiro e afetariam a fruição tanto no nível da jogabilidade quanto no nível da narrativa. Ao invadir o banco, há no tabuleiro um baú, que, caso seja destruído, oferece moedas para o jogador, permitindo que ele use cartas de valor mais alto um pouco antes na partida; depois, ao invadir a prisão, há lacaios presos em celas, que são libertados após alguns turnos e se juntam aos times do jogador e de seu adversário; já ao invadir o distrito dos vendedores, há barracas de feira posicionadas em campo, limitando os espaços que o jogador pode utilizar para posicionar suas unidades, tornando necessário

repensar sua estratégia durante aquele confronto (veja a figura 31, abaixo). Assim, com pequenas alterações na interface, é possível criar elementos que não apenas diversificam a maneira como o jogo é jogado, como ainda auxiliam na construção da ambientação e atuam, dessa forma, também em nível narrativo.



**Figura 31:** Tabuleiro auxiliando na ambientação da cidade de Dalaran e introduzindo elementos cênicos no campo de batalha, na forma de barracas de feira. Fonte: Blizzard Entertainment.

Um último detalhe relacionado à interface que merece ser mencionado são os efeitos especiais. Por ser um jogo bastante simples, normalmente os efeitos especiais, tanto visuais quanto sonoros, são reservados para as cartas lendárias ou para os feitiços mais poderosos, que alteram a configuração das unidades em campo e precisam que sua influência seja demonstrada graficamente, para que os jogadores entendam exatamente o que aconteceu<sup>94</sup>. No caso das Aventuras, porém, esses mesmos efeitos são utilizados para reforçar momentos marcantes da história e atuar, também, no nível emocional. Destacamos, especificamente, a cena em que Reno Jackson é sequestrado por Doutor Cabum, no primeiro capítulo de “*O Despertar de Galakrond*”, e uma garra metálica gigante desce do céu, captura o herói e o arrasta do campo, de maneira inesperada (veja

<sup>94</sup> Um exemplo, nesse sentido, é o feitiço da classe Sacerdote “*Histeria em massa*”, que faz com que todos os lacaio em campo ataquem um outro lacaio, aleatoriamente. Se não houvesse a animação e os efeitos especiais, os jogadores não conseguiriam visualizar qual lacaio atacou qual e porque a configuração do campo de batalha ficou de uma forma e não de outra após a execução do feitiço em questão. Confirma a animação citada em vídeo: <https://youtu.be/x8cqT3X-L8M> (último acesso em 12/07/2020).

a figura 32, abaixo). Nessa mesma Aventura, no capítulo final, quando Rafaam finalmente desperta Galakrond, também é utilizada uma animação para que o jogador visualize a sombra gigante do dragão sobrevoando o tabuleiro e acompanhe a sua movimentação. Dessa forma, por mais que tais recursos sejam limitados em relação ao que é possível fazer dentro dessa interface específica do *card game*, ainda assim, quando usados de maneira planejada, em momentos estratégicos do roteiro, também colaboram para o desenvolvimento do arco narrativo e atuam, juntamente com os demais compósitos, na construção do *storytelling* das Aventuras.



**Figura 32:** Uma garra metálica gigante desce dos céus e captura o personagem Reno, removendo-o do tabuleiro, na Aventura “O Despertar de Galakrond”. Fonte: Blizzard Entertainment.

#### 4.6 – Micronarrativas

O conceito de micronarrativas de Bizzocchi (2015) é muito semelhante à definição de “beijos contínuos”, ou “beijos em continuidade”, tal qual descrito por Dena (2019, p.1, tradução nossa). Eles seriam referenciais conceituais, auditivos, visuais e/ou táteis a um trabalho anterior, ou a uma Obra-fonte original, que ajudariam a promover uma experiência de fruição cumulativa. Para o público, os beijos em continuidade facilitariam o reconhecimento do mundo do projeto e envolveriam uma experiência de familiaridade, conforme novos dados vão sendo oferecidos e acumulados ao conhecimento adquirido anteriormente.

Apesar de *Hearthstone* normalmente contar histórias fechadas em suas Aventuras, limitadas dentro de uma única expansão, é comum observarmos a existência dessas micronarrativas, por vezes introduzidas por uma única carta, outras vezes motivadas por personagens de alguma Aventura, que acabam se estendendo para além do conjunto onde surgiram e gerando desdobramentos de *storytelling* até mesmo em outras mídias. Um dos exemplos mais conhecidos dos jogadores, nesse sentido, são os personagens Jorge e Carlos (George e Karl, em inglês), uma dupla de paladinos. A primeira menção a eles foi em uma carta da expansão “*Jornada a Un’Goro*”, que dizia que eles haviam desaparecido na selva durante uma expedição; uma outra carta, da mesma expansão, porém, revelava que eles haviam sido encontrados posteriormente, com vida. Até aquele momento, ambos os personagens não passavam de meras ilustrações para um recurso específico de jogabilidade, que era evocar dois paladinos em campo durante uma partida. Algumas expansões depois, porém, os personagens foram reaproveitados e apareceram como chefes no conteúdo *single-player* da expansão “*Kobolds & Catacumbas*” (2017), supostamente explorando as cavernas dos kobolds em busca de tesouros escondidos. Tal episódio não termina bem, no entanto. Com a chegada do conteúdo *single-player* de “*Ascensão das Sombras*” (2019), descobrimos que Jorge perdeu seu companheiro Carlos nas catacumbas e desenvolveu estresse pós-traumático, se juntando ao time dos vilões da Liga do M.A.L., sozinho dessa vez. É apenas na expansão seguinte, “*Salvadores de Uldum*”, que nos é revelado que Carlos conseguiu escapar, está vivo e bem, e se juntou ao time dos heróis da Liga dos Exploradores. O aguardado encontro entre os dois companheiros finalmente acontece na última expansão do “Ano do Dragão”, “*Despontar dos Dragões*”, quando Carlos enfrenta Jorge e o convence a voltar para o lado dos heróis e lutar juntamente com ele contra a Liga do M.A.L. Assim, é notável o quanto determinados compósitos da forma amalgamada, criados para um fim específico (nesse caso, jogabilidade), podem ser aproveitados e estendidos, também, para atender outras necessidades (narrativa), com um arco sendo desenvolvido ao longo de diferentes expansões.

Outro exemplo marcante é a relação prévia existente entre Rafaam, líder da Liga do M.A.L. e Rei Fubalumba. O chamado de Rafaam para que Fubalumba integrasse a equipe não foi o primeiro contato entre os dois, apesar de ambos terem aparecido em expansões distintas, no passado. De fato, na ocasião do lançamento de “*Kobolds &*

*Catacumbas*” (2017) uma *webcomic* foi divulgada<sup>95</sup>, apresentando um encontro prévio entre esses personagens, quando Rafaam presenteou Fubalumba com um elemental de fogo. O pequeno ser mágico passou a ser utilizado como uma lamparina, na coroa de Fubalumba, a partir do momento em que ele assume a posição de rei dos kobolds. Aqueles que apenas jogaram o jogo digital desconhecem essa interação entre os personagens, bem como a existência da criaturinha de fogo; ainda assim, durante “*O Grande Assalto a Dalaran*”, Rakanishu, o elemental, sai de dentro da coroa e assume a posição de personagem jogável. Aqui, vemos mais uma vez a equipe de desenvolvedores recorrer a uma mídia externa (*webcomic*) para introduzir um detalhe importante da história, que, futuramente, seria aproveitado também no nível do *gameplay* (personagem jogável de Rakanishu). Até mesmo o nome de Rakanishu não foi escolhido ao acaso; ele homenageia e faz referência ao nome de um demônio do jogo *Diablo II*, também desenvolvido pela Blizzard.

No caso específico do “Ano do Dragão”, no entanto, possivelmente o exemplo mais emblemático na categoria das micronarrativas se deu com a construção do personagem Reno Jackson, líder da Liga dos Exploradores, envolvendo não apenas as diferentes mídias empregadas pelo time de desenvolvedores como, também, a participação dos fãs do *card game*. Toda essa movimentação narrativa em torno desse personagem começou logo depois da sua primeira aparição no jogo, em “*A Liga dos Exploradores*” (2015). Na ocasião de seu lançamento, a carta de Reno Jackson chamou a atenção dos jogadores por apresentar um efeito “mágico” muito poderoso – restaurar os trinta pontos de vida do jogador que o utilizasse –, ainda que o personagem em questão fosse um mero humano. Para garantir tal efeito, era necessário que não houvesse cartas repetidas no baralho. Posteriormente, com o lançamento de outro personagem que exigia o mesmo tipo de restrição nos baralhos para ativar o seu efeito – Kazakus, em “*Gangues de Geringontzan*” (2016) –, os jogadores começaram a especular se os dois personagens estariam conectados de alguma forma. Quando os desenvolvedores revelaram que, durante algum momento do desenvolvimento de Kazakus, eles chegaram a cogitar que o personagem pudesse ser um dragão, o elemento que faltava caiu nas graças do público. Imediatamente uma série de tópicos foram abertos em fóruns como o *Reddit* ou em sites especializados em *Hearthstone*, discutindo a possibilidade de, na verdade, ser Reno o

---

<sup>95</sup> Disponível em: <https://comic.playhearthstone.com/en-gb/up-comes-down> (último acesso em 13/07/2020).



dragão, no lugar de Kazakus. Isso era perfeitamente possível, já que, dentro da *lore* de *World of Warcraft*, dragões podem assumir a forma humana, o que explicaria o efeito poderoso da carta de Reno Jackson a despeito de sua aparência ser a de um homem comum.

A especulação continuou a tomar corpo com a chegada do *trailer* de anúncio da Aventura “*Uma Noite em Karazhan*” (2016)<sup>96</sup>, que mostrava, dentre suas cenas, um personagem novo, o Curador, saltando de um trampolim rumo à uma banheira, onde já se encontravam Reno, Finlei e uma vaca (veja a figura 33, abaixo). O que chamou a atenção do público foi o fato da carta que trazia esse personagem novo apresentar um efeito que concedia bônus a três tribos específicas: feras, murlocs e dragões. Por que razão os desenvolvedores escolheram colocar o Curador numa banheira, justamente com uma vaca (todos os animais são classificados como “feras” no jogo), Finlei (um murloc) e Reno, se não fosse para dar uma dica de que o humano era, na verdade, um dragão? Tal teoria ganhou ainda mais peso quando foi descoberto que o Curador tinha uma interação especial quando encontrava a carta de Reno Jackson no tabuleiro; ele dizia “impostor detectado, Reno Jackson não é permitido” (tradução nossa). Seria pelo fato de o personagem estar na forma humana, e não na forma de dragão?



**Figura 33:** Cena do *trailer* da Aventura “*Uma Noite em Karazhan*” (2016), mostrando Reno, Finlei e uma vaca, na banheira; e o Curador saltando de um trampolim, acima. Fonte: Blizzard Entertainment.

<sup>96</sup> Disponível em: <https://youtu.be/AXR7UpXgviY> (último acesso em 13/07/2020).

Apesar de motivar debates frequentes entre os fãs, essa teoria nunca chegou a ser confirmada de fato pelos desenvolvedores, até o momento em que eles decidiram incluí-la no planejamento das expansões do “Ano do Dragão”. Dave Kosak, *designer* de missões, comentou o episódio em uma entrevista à PC Gamer (2020):

Isso foi decidido quase no final do processo [criativo]. As teorias dos fãs sobre Reno ser um dragão eram realmente engraçadas. Já sabíamos o arco geral da história do ano e, durante o desenvolvimento, não tínhamos um final para ela. Sabíamos que eles [heróis e vilões] iriam lutar, mas não como tudo isso realmente acabaria. Durante esse período, a comunidade especulou muito sobre Reno. Achemos que seria uma recompensa divertida. Esse se tornou o nosso final (PC GAMER, 2020, tradução nossa).

Conforme revelado por Kosak, depois de decidirem tornar o fato de Reno ser um dragão algo canônico no universo de *Hearthstone*, o próximo passo foi colocar algumas pistas escondidas no próprio jogo, que já davam indícios do que estava prestes a acontecer, no desfecho da história, em “*O Despertar de Galakrond*” (2019). No conjunto de cartas de “*O Despontar dos Dragões*” (2019), lançado antes da Aventura, havia um *card* em específico, com o título “*Aprender dracônico*”, que trazia uma ilustração de Reno estudando o idioma dos dragões. Mais adiante, numa das lutas da Aventura, Reno aparece em campo, como uma unidade, e seus status são 4/12 (quatro pontos de ataque e doze pontos de vida), números que, até então, só tinham sido utilizados em cartas de dragões, praticamente confirmando a teoria dos fãs. A revelação acontece, de fato, ao longo do duelo final contra Rafaam e Galakrond, quando Reno finalmente assume sua verdadeira forma. Em um diálogo com Elise, o personagem comenta: “Eu sempre soube que havia alguma coisa engraçada a meu respeito desde que eu fui deixado no orfanato, dentro de um ovo”, confirmando que, até aquele momento da história, o personagem realmente não fazia ideia de sua verdadeira natureza.

No entanto, mais do que prestar atenção às teorias dos fãs e transformar essas discussões do público também em micronarrativas presentes no jogo, a decisão de abraçar essa ideia e oficializar Reno como um dragão tem implicações também para o universo de *World of Warcraft*. Em *Hearthstone*, Reno foi representado como um dragão azul, usuário de magia, o que imediatamente o conectaria com a Revoada Azul, grupo outrora liderado pelo dragão Malygos, e que, no momento presente da história de *WoW*, foi desmantelado e quase não possui membros vivos. A revelação de que existe mais um dragão azul perdido, disfarçado na pele de um explorador humano, pode, portanto, vir a

ser aproveitado futuramente, inclusive naquele outro universo que inspirou *Hearthstone* num primeiro momento, ressaltando o quanto as duas obras já atingiram um grau de codependência e retroalimentação elevado entre si. Kosak comentou sobre essas implicações:

Respondemos a uma pergunta importante, quando revelamos a natureza de Reno. Mas isso traz à tona vários outros mistérios. De onde ele veio? Obviamente ele ficou escondido o tempo todo, o que provavelmente explica como ele sobreviveu a todas as coisas que aconteceram com os dragões azuis [em *World of Warcraft*]. Isso nos dá alguns ganchos para uma história futura. Quem encontrou o ovo dele? Quem o preservou de tudo isso? Por que seus poderes de dragão se manifestaram apenas em situações de extrema emergência? (PC GAMER, 2020, tradução nossa).

Embora ainda não existam planos de responder tais perguntas num futuro próximo, conforme revelado pelo desenvolvedor na mesma entrevista, essas respostas certamente virão, seja em *Hearthstone*, seja em *World of Warcraft*, seja nas mídias alternativas, como curtas ou *webcomics*, ou em todos eles, conjuntamente, reforçando, mais uma vez, o quanto essas micronarrativas são ferramentas eficientes para gerar um engajamento a longo prazo e conectar os mais variados produtos da companhia.

#### 4.7 – Aspectos comerciais

Embora o modelo proposto por Bizzocchi (2015) para a análise de elementos narrativos em jogos digitais se limite às cinco categorias discutidas anteriormente, estendemos a discussão aqui proposta e incluímos, ainda, uma última categoria, relacionada aos aspectos de comercialização da obra analisada. Retomando a discussão dos jogos casuais e de como eles tem se aproveitado de elementos narrativos para incentivar o consumo e o engajamento com a obra, percebemos que, ao longo do “Ano do Dragão”, as práticas de monetização de conteúdo em *Hearthstone* se tornaram ainda mais agressivas.

Ao analisar a construção dos compósitos de narrativa do *card game*, tornou-se perceptível o quanto os personagens são as estruturas mais proeminentes, aparecendo em diferentes mídias e relacionando-se diretamente com o público em nível emocional/afetivo. É justamente em torno deles, inclusive, que são construídas as estratégias comerciais para vender as expansões. Cada uma das três expansões do “Ano

do Dragão” foi oferecida em dois pacotes de pré-venda, um mais simples, oferecendo pacotes de cartas e versos de *cards* personalizados, e um pacote *premium*, batizado de “Pacotaço” que, além dos bens do pacote mais simples, incluía, ainda, pacotes de cartas adicionais, tickets para o modo de jogo “Arena”, benefícios no modo de jogo “Campos de Batalha” e cartas lendárias douradas (alguns desses benefícios variando de uma expansão para a outra). Porém, algo que os três pacotes *premium* possuíam em comum e que mais chamava a atenção dos jogadores eram as *skins* de heróis personalizadas, exclusivas para quem os adquirisse e disponíveis por tempo limitado.

Em *Hearthstone*, assim que os jogadores iniciam o jogo, eles recebem um herói padrão para cada uma das classes, que é igual para todos; dessa forma, temos Jaina, para magos, Anduin, para sacerdotes, Rexxar, para caçadores, e assim por diante. Porém, ao longo do desenvolvimento do jogo, o Team 5 começou a lançar heróis alternativos, que permitiam que os jogadores utilizassem outros personagens ao invés daqueles oferecidos por padrão. A princípio, era preciso cumprir algum tipo de desafio para ter acesso a esse conteúdo, como, por exemplo, chegar ao nível 20 com qualquer personagem em *World of Warcraft* (liberando a *skin* de paladino, Liadrin); recrutar um amigo para jogar *Hearthstone* (liberando a *skin* de xamã, Morgl); participar de um encontro de jogadores registrado no site da Blizzard (liberando a *skin* de bruxo, Nemsis); ou derrotar o Lich Rei no modo *single-player* com todas as classes do jogo (liberando a *skin* de paladino, Arthas). Outras *skins* foram oferecidas gratuitamente em datas especiais, como a *skin* de ladino, Maiev, celebrando o Ano do Mamute, e a *skin* de druida, Lunara, celebrando o Ano do Corvo.

Porém, não demorou muito para que esse tipo de conteúdo começasse a ser atrelado, também, a outros tipos de promoção, dessa vez envolvendo dinheiro real. A *skin* de sacerdote, Tyrande, por exemplo, foi oferecida, originalmente, como uma recompensa para os jogadores assinantes do serviço Twitch Prime, da Amazon. Já a *skin* de mago, Khadgar, foi oferecida numa ação exclusiva, em parceria com a Apple, para arrecadar fundos para a organização WWF. Posteriormente, outras três *skins* alternativas passaram a ser oferecidas para a venda na loja – Magni, para guerreiro, Medivh, para mago, e Alleria, para caçador. O que causou certa controvérsia entre o público, porém, foi o fato das duas *skins* que foram oferecidas em promoções especiais, Tyrande e Khadgar, terem ficado disponíveis por um período de tempo bastante limitado, ao contrário das demais,

de forma que os jogadores que perderam tais ofertas, ou que começaram a jogar depois, não tinham mais a possibilidade de adicioná-las à sua coleção.

Essas duas *skins* exclusivas, em específico, só voltaram a ser oferecidas ao público em 2019 e 2020, respectivamente, quase quatro anos depois de seu aparecimento original. Isso ajudou a solidificar junto aos jogadores uma noção de que existiam no jogo itens raros, que só poderiam ser adquiridos em uma janela de tempo bastante limitada, incentivando que eles fizessem o possível para compra-los assim que tais bens aparecessem, por se tratar de uma oportunidade única, que talvez nunca voltasse a acontecer; e, principalmente, por tais *skins* representarem alguns dos personagens mais famosos, tanto de *World of Warcraft* quanto de *Hearthstone*, pelos quais os fãs do universo já tinham um investimento afetivo e com os quais eles desejavam jogar no *card game*.

A prática de oferecer *skins* exclusivas, tais quais Tyrande e Khadgar, retornou com a expansão “*O Projeto Cabum*” (2017), quando a *skin* de bruxo do personagem Mecha-Jaraxxus foi oferecida apenas àqueles que comprassem o pacote *premium* da pré-venda do conjunto. De lá para cá, se tornou quase regra incluir uma *skin* nova, exclusiva, quando uma expansão é anunciada, sendo vendida apenas dentro do pacote *premium*, incentivando, desse forma, os jogadores a gastarem cada vez mais<sup>97</sup>. No “Ano do Dragão” não foi diferente: tivemos a *skin* de Madame Lazul, para sacerdote, na primeira expansão; a *skin* de Elise, para druida, na segunda expansão; e a *skin* do dragão Asa-da-Morte, para guerreiro, na terceira expansão.

Porém, as estratégias para monetização não se limitaram à inclusão de bens virtuais exclusivos dentro do pacote *premium* das pré-vendas. Outra das práticas adotadas foi cobrar pelo acesso ao conteúdo *single-player*, onde a história da expansão era contada<sup>98</sup>. Isso não era feito desde 2016, quando a Aventura “*Uma noite em Karazhan*” (2016) foi lançada como um modo pago. A explicação dada pelos desenvolvedores foi a de que o conteúdo de história oferecido pelas três expansões do “Ano do Dragão” era consideravelmente maior e mais complexo do que as experiências *single-player*

---

<sup>97</sup> Os pacotes *premium* de pré-venda das expansões do “Ano do Dragão” custavam 159 reais cada. Fonte: Loja Blizzard.

<sup>98</sup> Os preços cobrados foram os seguintes: “*O Grande Assalto a Dalaran*” – R\$35; “*Tumbas do Terror*” – R\$28; “*O Despertar de Galakrond*” – R\$35. Fonte: Loja Blizzard.

anteriores, possibilitando que os jogadores interagissem com a obra nesses modos durante muito mais tempo, justificando, por consequência, o valor cobrado por elas. Como recompensa para quem os adquirisse, foram oferecidos versos de *card* e cartas exclusivas, que só poderiam ser obtidas naquele modo. Para compensar o impacto de tal decisão, o conteúdo também poderia ser desbloqueado utilizando moedas de ouro, o dinheiro fictício que se acumula em *Hearthstone* ao vencer partidas; ainda assim, os preços eram bastante elevados, 700 moedas de ouro por cada um dos capítulos, de forma que um jogador casual demoraria um tempo considerável até acumular uma quantidade de moedas suficiente para ter acesso a esses modos, caso não quisesse ou não pudesse pagar com dinheiro real.

Assim, se por um lado a construção narrativa desenvolvida ao longo do “Ano do Dragão” representou um grande avanço em termos de exploração das possibilidades da forma amalgamada de *Hearthstone*, por outro lado ela também foi a responsável por empurrar o título cada vez mais em direção ao segmento dos jogos pagos, por mais que ele ainda continuasse a se oferecer como um “jogo casual, gratuito para jogar” – o jogador que decidisse adquirir os pacotes *premium* das três expansões de 2019 e seus respectivos conteúdos *single-player* precisaria gastar pelo menos R\$575 ao longo do ano. Embora ainda não estejam disponíveis dados referentes a arrecadação total de *Hearthstone* em 2019, para aferirmos o quanto essas estratégias impulsionaram o título comercialmente, não podemos deixar de apontar que não é à toa que o *card game* tem se mantido, ao longo dos anos de sua existência, como um dos títulos mais lucrativos da Blizzard. Com a construção de sua forma amalgamada, *Hearthstone* conseguiu oferecer um ambiente mágico, receptivo e envolvente, construído em diferentes mídias e fazendo referência a outros jogos de sucesso da sua desenvolvedora, fácil de começar a jogar, acessível nos mais variados dispositivos e com um claro potencial aditivo, como outros jogos desse segmento de competição e de itens colecionáveis. Porém, ao recorrer aos elementos narrativos e engajar os jogadores nas histórias contadas nesse grande pluriverso transmidiático, *Hearthstone* dá o empurrão que faltava para que os jogadores fizessem a transição de casuais para *hardcore*, com um grande investimento na obra, seja ele financeiro, seja ele afetivo.

#### 4.8 – Considerações sobre o projeto narrativo do “Ano do Dragão” em *Hearthstone*

Após analisarmos diferentes aspectos relacionados ao projeto transmidiático desenvolvido pela Blizzard ao conectar as três expansões do “Ano do Dragão” por meio de estratégias de *storytelling*, torna-se possível avaliar o resultado final como um todo e tecer algumas considerações. Em primeiro lugar, destacamos o movimento acertado de abandonar algumas convenções já solidificadas pela própria trajetória do *card game* e que haviam acabado se transformando em “diretrizes veladas”, em certa medida. Por exemplo, em termos de jogabilidade, durante muito tempo as Aventuras e demais conteúdos *single-player* foram construídos de maneira linear e repetitiva, sem grandes inovações em relação às maneiras com que o jogador interagia com a obra enquanto fruía suas histórias. Com a adoção das batalhas aleatórias no modelo de “sessão de masmorra” e no abandono e subversão das regras pré-estabelecidas de combate em prol da inserção de experiências impactantes em termos de *storytelling*, vimos o Team 5 retornar às diretrizes originais do estúdio, mais voltadas à criatividade e originalidade, e se reinventar buscando outras formas de fazer uso dos compósitos materiais do jogo para contar a história do “Ano do Dragão”.

Também a esse respeito, destacamos a acertada decisão de abandonar uma regra implícita, revelada pelos desenvolvedores em algumas entrevistas no passado, de não fazer cartas repetidas de um mesmo personagem. A partir do momento em que o time reconhece a força narrativa construída em torno de algumas dessas figuras proeminentes em várias obras de seu catálogo, torna-se quase inevitável não retornar a essas peças-chave e as reinserir de maneira revitalizada dentro do jogo. Mais do que apenas oferecer a possibilidade de jogar uma outra vez com alguns de seus personagens favoritos, o Team 5 vai além e permite que o público consiga acompanhar a trajetória e o desenvolvimento narrativo de cada um deles ao longo do tempo; heróis e vilões se movimentam por esse vasto mundo, fazem novas conexões entre si, adquirem novas habilidades, descobrem segredos a respeito de suas próprias identidades e mudam suas concepções a todo o momento. Assim, mais do que disponibilizar uma obra estanque, acabada, fechada em torno de um universo monotemático, o que se oferece, no lugar disso, é uma espécie de bilhete, ou ingresso, que permite que o leitor-jogador embarque junto com essas figuras numa viagem e vá acompanhando essa progressão de um lugar privilegiado, de inter-ator,

que não apenas frui, como também devolve suas impressões, teorias e sentimentos, para que sejam avaliados e incorporados futuramente, nos próximos capítulos criados pelos desenvolvedores, quase como numa relação de protocooperação.

Por outro lado, também compreendemos que um dos objetivos centrais que motivam o lançamento de novos conteúdos e/ou atualizações é assegurar a lucratividade do título e que o jogo digital se mantenha sustentável enquanto um negócio. Retornando às motivações iniciais dos jogadores, é preciso garantir a existência de um cenário competitivo saudável e dinâmico e de possibilidades de imersão no universo ficcional da obra que, juntos, garantem um engajamento continuado e motivam jogadores casuais a se fidelizarem e adquirirem práticas de consumo “*hardcore*”. Temos consciência de que, devido a especificidade da plataforma e das constantes mudanças que ocorrem muito rapidamente no interior do campo de produção de jogos digitais, boa parte dessas práticas é definida por meio de tentativa e erro, e acreditamos que esse tenha sido o caso do “Ano do Dragão”. Ao mesmo tempo em que o Team 5 dá passos ousados e investe uma grande quantidade de energia na construção desse projeto narrativo continuado e muito mais extenso do que tudo que já havia sido feito em *Hearthstone* até então, também, igualmente, compensa esse investimento com um acréscimo generalizado nos preços e nas ofertas de produtos pagos, mesmo aqueles que anteriormente já haviam sido oferecidos de forma gratuita (como é o caso das *skins* de heróis e dos próprios conteúdos *single-player*, por exemplo).

Por mais que essa estratégia possa se mostrar lucrativa num primeiro momento, acreditamos que ela possa acabar se tornando não-sustentável em médio e longo prazo. Antes do “Ano do Dragão”, é possível afirmar que a balança de *Hearthstone* se equilibrava ao redor da imersão (narrativa) e da competitividade (jogabilidade): o jogador que joga o jogo tem vontade de conhecer mais dos personagens; e, após conhecer os personagens, o jogador se identifica e tem vontade de continuar a jogar o jogo na pele deles. Com uma parte competitiva paga (por meio da venda de cartas) e uma parte narrativa gratuita (por meio dos conteúdos *single-player*), garantia-se, de maneira mais ou menos equivalente, que os jogadores conseguissem satisfazer ambas as motivações ao mesmo tempo em que podiam prosseguir aproveitando o jogo de maneira casual e fazendo a progressão para uma experiência *hardcore* de uma maneira mais orgânica (e, em certa medida, não tão opressiva), caso assim quisessem.



Porém, com a chegada do “Ano do Dragão”, o apelo aos jogadores foi diretamente focado em aspectos emocionais/afetivos, ao trazer de volta um time de figuras tão icônicas, que imediatamente garantiu o interesse do *fandom* por todos os novos conteúdos a serem lançados; e, mesmo aqueles que só se interessavam pela parte competitiva também se viram reféns de consumir tal conteúdo, já que um conjunto adicional de cartas novas foi lançado e disponibilizado apenas para quem adquirisse a terceira e última Aventura do ano, “*O Despertar de Galakrond*”. Ao decidir cobrar, de maneira tão incisiva, por todas essas experiências, acreditamos que o salto tenha sido um pouco mais alto do que o público realmente poderia acompanhar – mesmo com a opção de comprar todas as atualizações com o dinheiro fictício ganho dentro do jogo, os valores eram muito elevados e demandavam um investimento de tempo considerável para o seu acúmulo.

Assim, ao mesmo tempo em que esses conteúdos agradam a uma parcela do público que já está acostumada com um investimento *hardcore* de tempo/dinheiro, também afasta uma outra parcela mais casual que, embora não gaste tanto quanto o primeiro grupo, possui, independentemente disso, enorme importância para que o jogo continue relevante e com uma base de usuários ativa e engajada. Um possível indício de que nossas apostas estão de fato corretas foi a decisão do Team 5 de continuar investindo em um conteúdo narrativo extenso e elaborado, com três modos *single-player* distintos sendo oferecidos imediatamente na primeira expansão do “Ano da Fênix” (2020), “*Cinzas de Terralém*”, que veio logo após o encerramento do “Ano do Dragão”. Porém, interessante, todos esses três modos de jogo foram disponibilizados de maneira gratuita aos jogadores, juntamente com suas recompensas (incluindo, entre elas, um conjunto completo de cartas), o que possivelmente sinaliza uma retomada aos moldes comerciais pré “Ano do Dragão”, ainda que os avanços alcançados em relação aos aspectos narrativos tenham sido mantidos.

Com essas considerações, encerramos a análise do pluriverso transmidiático desenvolvido pela Blizzard Entertainment ao redor do jogo digital *Hearthstone* e de seus derivados. Após discutir questões relacionadas à cultura de produção de jogos digitais contemporânea, na primeira parte da tese; defender o conceito de videogames como formas amalgamadas, na segunda parte; e demonstrar como os compósitos narrativos foram utilizados combinados com as mais variadas estruturas, em prol da construção de

um universo ficcional mais amplo e ambientado em diferentes formas e suportes, na terceira parte, partimos rumo à última missão lendária que abordamos neste estudo. Na próxima seção, em *Potencial inexplorado*, tecemos nossas considerações finais e apresentamos uma síntese de nossas contribuições com a presente tese e das questões em aberto que são passíveis de serem retomadas em pesquisas futuras, na área da comunicação e dos jogos digitais.

## ***Potencial inexplorado:***

### **considerações finais e apontamentos para futuras pesquisas**

#### ***1. Era uma vez um goblin cientista, que vivia numa terra muito distante...***

Nesta seção final, gostaríamos de recuperar, uma última vez, a trajetória de um dos personagens criados pela Blizzard Entertainment, Dr. Cabum. O goblin que possuía um espírito aventureiro, uma curiosidade incansável, uma criatividade tão sem precedentes, que o fizeram se lançar sem medo na exploração da Área 52, mesmo sabendo dos riscos de ser afetado pela radiação existente no local. Cabum não se retrai e investe em ideias engenhosas, manifestadas, inicialmente, em suas “robombas”, controladas à distância. É exatamente assim, se adaptando às condições daquele ambiente e apostando em sua inventividade, que o goblin vai construindo o seu nome junto aos demais coabitantes de tal área e solidificando a sua própria marca.

Após anos de atividade, Cabum finalmente conquista prestígio e passa a dirigir o seu próprio laboratório, abrigando um time de cientistas, especialistas nas mais diversas áreas, vindos de diferentes lugares de Azeroth. É ali, inclusive, que Cabum concebe uma de suas maiores criações: a Amálgama do Pesadelo, um monstinho que consegue reunir em sua estrutura física todas as habilidades das diferentes espécies de criaturas que habitam aquele mundo, pagando o “pequeno” preço de carregar consigo, também, as fraquezas de cada uma delas.

O espírito inventivo de Cabum é incansável e ele nunca para de criar coisas novas. Junto com seu time de cientistas, o goblin se dedica às mais impensáveis empreitadas – de fato, algumas são tão ousadas que sequer chegam a ver a luz do dia, seja por não alcançarem o resultado pretendido, ou, simplesmente, por não atenderem às expectativas da mente exigente por trás de sua criação. Porém, apesar disso, os experimentos que conseguem chegar aos olhos do público garantem notoriedade ao laboratório e atraem incontáveis admiradores, críticos desconfiados e até mesmo possíveis patrocinadores.

É justamente aí que entra em ação a figura de Rafaam. O investidor cheio de recursos, que permite que a genialidade de Cabum se encontre com a de outros criadores,

que também têm suas próprias trajetórias de sucesso e sua maneira muito particular de lidar com os objetos que criam. Seja o xamanismo de Hagatha, seja a clarividência de Lazul, sejam os conhecimentos financeiros de Fubalumba, todos tem suas próprias expertises para compartilhar e acabam influenciando os trabalhos uns dos outros, mesmo que sem intenção.

Porém, nem tudo são flores. Ao aceitar trabalhar sob a tutela de um novo chefe, é preciso se adequar a novas práticas de trabalho e perseguir resultados mais agressivos, que nem sempre se adequam à postura que o laboratório costumava manter anteriormente. Sem dúvidas, construir foguetes gigantes, capazes de mover uma cidade inteira pelos ares, é um desafio instigante o suficiente para que Cabum e seus cientistas concentrem todas as suas forças. Mas despertar um dragão ancestral e utilizar o poder destrutivo dessa criatura para controlar não apenas a Área 52, mas toda Azeroth, é mesmo algo desejável, no fim das contas?

A história contada nos parágrafos anteriores possui mais do que meras coincidências quando comparada à trajetória de outra figura de nosso interesse. Se substituirmos Cabum pelos fundadores da Blizzard Entertainment e Rafaam pelos executivos responsáveis pela fusão da desenvolvedora com a Activision, por exemplo, percebemos que o percurso traçado por ambos esses agentes criadores é bastante similar, ainda que um deles exista apenas num universo ficcional. Recuperando o argumento principal desta tese, sobre a existência de uma cultura de produção de videogames na contemporaneidade, com lógicas de funcionamento bastante específicas, apresentamos, a seguir, nossos principais resultados, contribuições e apontamentos para estudos futuros que se interessem por esse tema.

## ***2. Sobre a cultura de produção de jogos digitais contemporânea***

Conforme apontamos no primeiro capítulo desta tese, o interesse relacionado às práticas de produção e aos processos criativos na indústria do entretenimento tem se refletido na produção acadêmica mais recente, principalmente quando observamos os estudos realizados nas últimas duas décadas. Apesar disso, percebemos que as pesquisas que tratavam especificamente dos processos de criação de jogos digitais ainda

apresentavam uma lacuna a respeito do entendimento desse campo de produção de uma maneira mais ampla, compreendendo aí não apenas as habilidades dos profissionais ou os recursos materiais empregados, mas, também, as relações mais complexas que se davam no interior dessa arena, envolvendo os criadores, o mercado e o público, de forma geral.

Tal qual apontado por estudos anteriores (CHENG, 2007; LINDEROTH, 2015), verificamos que muitas das habilidades empregadas pelos desenvolvedores de jogos nos dias atuais são principalmente tácitas, aprendidas durante a execução de seu trabalho e variando de acordo com os estúdios onde esses agentes atuam ou com os tipos de projeto com os quais eles se envolvem, por exemplo. Também foi percebido que, embora os profissionais tenham consciência da existência de determinadas estratégias criativas/de produção e saibam da importância delas em sua prática cotidiana, esses agentes, em sua maioria, ainda não possuem conceitos definidos para se referir a elas, pelo menos não de uma maneira generalista e reconhecível por seus pares. Sabemos que esse cenário vem se alterando muito rapidamente nos últimos anos, em parte para acompanhar os mais recentes avanços tecnológicos e a grande expansão do mercado de videogames numa escala global e, também, como consequência à formalização da profissão; de fato, já é cada vez mais comum observar a abertura de novos cursos para a formação de desenvolvedores de jogos digitais, tanto em nível técnico quanto em nível superior, bem como movimentos organizados dessa classe de trabalhadores no sentido de preservar a integridade desses agentes e combater práticas abusivas em seu ambiente de trabalho. Ainda assim, diferentemente dos profissionais do cinema e da televisão, que costumam refletir de forma quase obsessiva sobre suas próprias práticas (CALDWELL, 2008), notamos a carência de um modelo analítico que desse conta de identificar, sistematizar e avaliar as estratégias criativas utilizadas pelos desenvolvedores de jogos digitais no exercício de sua profissão.

Assumimos, com esta pesquisa, a tarefa de avançar essa discussão e propor um modelo inicial para esse tipo de análise. Para tal, recorreremos a conceitos como o de campo artístico, de Bourdieu (2004), que considera agentes e instituições, posições e tomadas de posição, trajetória e *habitus* dos envolvidos, para começar a desenhar a estrutura conceitual dessa arena, comportando as diferentes lógicas de funcionamento e as dinâmicas de troca que se davam no interior desse campo, bem como a sua relação com

outros campos, em um espaço social mais amplo. Também recorreremos a procedimentos metodológicos utilizados anteriormente para investigar a intencionalidade dos artistas a partir da análise de suas obras, tal qual feito por Baxandall (2006), nos valendo de um paradigma problema  $\times$  solução que nos permitiu traçar encargos e diretrizes observando a trajetória dos agentes criativos de nosso interesse. Por fim, adotamos o método de Caldwell (2008), de uma análise cultural-industrial integrada, e o adaptamos para as especificidades do *medium* jogo digital; assim, utilizando os diferentes tipos de registros materiais das práticas criativas dos *designers* de jogos, além das obras em si, tensionamos esse material também à luz dos testemunhos dos próprios agentes criativos, de teor autoetnográfico, a fim de obtermos uma visão mais aprofundada e sistêmica daquilo que passamos a nos referir como *cultura de produção de jogos digitais*.

Para testar a viabilidade desse método, nos debruçamos sobre o estudo de caso da trajetória da Blizzard Entertainment. Tal qual justificado anteriormente, optamos conscientemente por escolher uma empresa que possuísse uma grande relevância no cenário de produção de jogos digitais contemporâneo e que tivesse modificado as lógicas de funcionamento desse campo a partir de sua atuação. De fato, tal qual descrito no registro historiográfico da trajetória da companhia, a empresa conseguiu trilhar um caminho predominantemente bem-sucedido, se adaptando e navegando por entre as intrincadas relações de *troc* existentes nos bastidores dessa indústria; e, graças à solidificação de um conjunto de valores empresariais e de uma série de diretrizes, que guiavam tanto a criação de novas obras quanto o posicionamento da companhia junto a seus pares e ao público consumidor, a outrora empresa independente, fundada por um grupo de amigos recém-formados, foi alçada à categoria de gigante da indústria do entretenimento e referência para grande parte daqueles que atuam nesse campo.

Nem só de acertos, porém, foi construída a trajetória da Blizzard; e, a esse respeito, destacamos o quanto a proposta de Caldwell (2008), de recorrer a um conjunto mais abrangente de registros documentais para apoiar a análise, se mostrou produtiva. Se tivéssemos nos valido apenas dos comunicados oficiais divulgados pelos diretores da companhia, teríamos perdido muitas das nuances relacionadas às movimentações nos bastidores, que culminaram em projetos fracassados e/ou motivaram cancelamentos de jogos. As colaborações oferecidas pelos relatos autoetnográficos dos profissionais, que escapavam do filtro da assessoria de comunicação da empresa e reverberavam nos sites

especializados, nos fóruns de fãs e nas redes sociais, foram fundamentais para o processo de reconstituição das condições de surgimento das obras e para a compreensão de como se consolidaram as diferentes diretrizes que têm guiado a atuação dessa companhia. Gostaríamos de destacar, especificamente, o papel fundamental do jornalismo especializado na cobertura da indústria dos videogames ao longo desse processo. Muitas das informações referentes ao histórico das desenvolvedoras não possui nenhum tipo de registro formal além daqueles oferecidos pelos próprios veículos oficiais dessas empresas, que, muitas vezes, são parciais ou até mesmo incompletos. O esforço para uma catalogação e preservação da memória da atuação mais recente de algumas dessas companhias é feito, quase que exclusivamente, por meio de enciclopédias virtuais, alimentadas pelos próprios fãs/consumidores; e, quando observamos mais atentamente as fontes utilizadas nesses projetos, vemos que mesmo eles se baseiam, em sua grande maioria, em dados oferecidos pelas próprias empresas e de informações coletadas em notícias, artigos, críticas, entrevistas e outros produtos jornalísticos variados. Reforçamos, portanto, o reconhecimento do jornalismo especializado como uma das instâncias fundamentais nas relações de *troc* que se dão no interior desse campo de produção, bem como apontamos a necessidade urgente de organização, tanto em nível acadêmico quanto em nível jornalístico, de mais iniciativas para registro e preservação da história dos jogos digitais.

Ao final desse percurso, acreditamos que o método utilizado se mostrou apropriado e rendeu resultados satisfatórios: pudemos dispor de uma grande variedade de fontes para recontar a trajetória da companhia, destacando os aspectos que mais nos interessavam nessa pesquisa, e conseguimos oferecer também, como uma de nossas contribuições, o registro historiográfico desse período de atuação da Blizzard Entertainment (1991-2020), que poderá servir como fonte e ponto de partida para pesquisas futuras que se beneficiem desse tipo de material. Porém, se por um lado reforçamos que o apanhado dos dados coletados nos ofereceu condições suficientes para desenvolver as demais etapas deste estudo, precisamos reconhecer, por outro lado, que, por uma série de impedimentos externos, não conseguimos executar o método em sua integridade, tal qual proposto originalmente por Caldwell (2008). Em condições ideais de pesquisa, teríamos nos valido, ainda, de uma visita aos ambientes de trabalho da empresa escolhida e de entrevistas presenciais com os profissionais. Esses dois tipos de registro possibilitam um contato direto do pesquisador com os agentes investigados,

facilitando que as inferências sobre a cultura de produção possam ser feitas sem depender da visão de terceiros; de fato, ao utilizarmos apenas o material disponibilizado pela mídia especializada, ainda que proveniente de fontes diversas, nos sujeitamos a lidar com dados que já foram filtrados e passaram por um processo de edição sobre o qual não temos controle. Dessa forma, encorajamos fortemente que aqueles que desejem replicar esse método em outros estudos tentem, na medida do possível, utilizar os quatro tipos de registros propostos originalmente por Caldwell (2008) (dados oficiais da empresa, entrevistas com os profissionais, visitação dos espaços de trabalho e registros econômicos e da mídia especializada).

Apesar de nossas limitações e do escopo experimental dessa primeira etapa do estudo, acreditamos ser possível utilizar o termo “cultura de produção” para nos referirmos, também, às práticas que se dão na indústria dos videogames contemporânea. Percebemos que esse é um campo dinâmico, movido por competitividade entre as *publishers* e por uma busca incansável pelo aperfeiçoamento das obras em termos técnicos e de inovação pelos estúdios, com constantes mudanças acontecendo muito rapidamente e que estão diretamente ligadas à natureza desse tipo de mídia em si, majoritariamente digital, que permite atualizações, expansões, remasterizações e afins, quase ilimitadamente. Mesmo com a formalização da profissão sendo algo mais recente, o conjunto de práticas profissionais acumuladas ao longo da existência do suporte contribuiu para o surgimento e a caracterização de funções bastante particulares, que exigem um grau de especialização avançado, ainda que seja comum encontrarmos a figura do “profissional coringa”, que consegue atuar como programador, *level designer*, modelista 3D, testador de qualidade etc., em diferentes etapas do projeto. Se por um lado esse tipo de prática levanta uma série de preocupações sobre a valorização dos profissionais e condições adequadas de trabalho – vide as discussões mais recentes sobre *crunch*<sup>99</sup>, por exemplo –, por outro lado não podemos negar que é justamente essa mobilidade dos profissionais de diferentes setores e as relações de troca e cooperação existentes entre eles que ajudam a configurar esse estágio de sincronicidade avançada

---

<sup>99</sup> Termo utilizado para se referir à prática de estúdios de jogos digitais submeterem seus profissionais a rotinas de trabalho extremamente longas e sem intervalo, geralmente nos períodos que antecedem lançamentos de novos jogos ou quando há a necessidade de cumprir prazos apertados. Mais sobre essa discussão disponível em: <https://www.businessinsider.com/video-game-development-problems-crunch-culture-ea-rockstar-epic-explained-2019-5> e <https://www.gamesindustry.biz/articles/2019-03-01-how-to-avoid-game-development-crunch> (último acesso em 23/07/2020).



entre os diferentes compósitos constituintes dos jogos digitais, tal qual visualizamos nas produções mais recentes do agente criador que aqui observamos.

Com a aplicação do referido método e do registro historiográfico da trajetória da Blizzard Entertainment, conseguimos sintetizar quinze diretrizes principais, que acreditamos se aproximarem daquelas que muito provavelmente guiaram o trabalho da companhia ao longo de sua existência. Destacamos que as diretrizes identificadas não se referem especificamente à criação das obras: conseguimos dividi-las em dois grupos, um primeiro, que tratava diretamente de direcionamentos para os processos criativos de fato; e um segundo, que definia as posturas da empresa em relação aos seus funcionários, às demais empresas e ao campo de produção de jogos digitais como um todo. Dessa forma, pudemos concluir que a posição de destaque na indústria ocupada pela desenvolvedora ao longo de sua trajetória não foi resultado apenas da materialidade ou do apelo das obras de seu catálogo, mas, também, de posicionamentos muito bem calculados, fortemente ancorados em ideais de inovação, excelência técnica e artística e investimento em um ambiente de trabalho colaborativo que, juntos, ofereceram condições favoráveis para a criação dos jogos e seu sucesso subsequente.

Essa primeira etapa do estudo, que nos orientou ao longo de uma incursão pela história da companhia, nos forneceu as primeiras pistas que davam conta da constituição de um tipo de obra muito particular, resultado do conjunto de materialidades do suporte videogame em si e, também, de uma série de empréstimos, associações e relações intertextuais entre as diferentes produções desse mesmo agente criativo e as linguagens e recursos utilizados em outros produtos midiáticos. Dessa forma, se, num primeiro momento, definimos o “modo de fazer” da Blizzard Entertainment a partir do conjunto de suas diretrizes, procuramos, num segundo momento, nos debruçar sobre o resultado dessas práticas, a obra acabada, o jogo digital em si. Nosso movimento foi quase o de uma dissecação em um laboratório, separando as inúmeras partes que compunham o todo, analisando-as individualmente e, depois, reconstruindo esse quebra-cabeças, buscando nos atentar às ligas e filamentos que sustentavam essa estrutura formada por compósitos tão distintos entre si. Tecemos mais considerações sobre esse processo adiante.

### 3. *Sobre o entendimento de jogos digitais como formas amalgamadas*

Nosso interesse inicial, com a presente pesquisa, estava fortemente relacionado às possibilidades oferecidas pelo suporte videogame para a inserção de estruturas narrativas nos jogos digitais. Porém, ao longo de nossa exploração, nos demos conta de que muitas das abordagens acadêmicas a esse respeito ainda eram herdeiras – e, em certa medida, reféns – do antigo debate da área dos *game studies* que colocava narrativa e jogabilidade como forças antagônicas e contrastantes, numa relação dualista que, muitas vezes, deixava escapar outros elementos igualmente importantes nesse debate. Temos ciência dos grandes avanços nessa discussão feitos mais recentemente nos estudos da área e, tal qual apontamos em nossa revisão de literatura, reconhecemos que já vêm surgindo outros modelos que procuram superar essa querela e promover diferentes tipos de entendimento e análise dos jogos digitais na contemporaneidade. Dentre as abordagens mais recentes disponíveis, nos interessamos, particularmente, pela noção de *formas compostas*, tal qual apresentada por Linderoth (2015), por representar uma postura analítica que não apenas considera os compósitos de narrativa e jogabilidade conjuntamente com as outras estruturas constituintes das obras, como também considera as práticas dos profissionais em si e as reflexões que eles mesmos fazem sobre tais práticas, culminando em estágios de especialização e estratégias de produção avançadas, sintetizadas pelo conceito de *orquestração de frames* – os desenvolvedores possuem consciência das diferentes partes que compõem o jogo digital e conhecem suas funções, e atuam, objetivamente, visando a orquestrar essas estruturas e promover modelos de engajamento bastante específicos junto aos jogadores.

No entanto, apesar dos pontos fortes da proposta de Linderoth (2015), nos incomodou, em certa medida, o grau elevado de importância relegado ao agente humano (jogador) na ponta final dessa relação, responsável por decodificar as estruturas e navegar pelos diferentes compósitos, de maneira que o objetivo final da obra só se completaria a partir de sua fruição. Sim, reconhecemos que os produtos da indústria dos videogames são criados objetivando a sua comercialização e consumo e considerando um jogador-modelo durante suas etapas de planejamento e fabricação; porém, ainda assim, sentíamos que o papel desempenhado pela materialidade dos compósitos e a possibilidade das próprias estruturas conduzirem e condicionarem a fruição dos jogadores de maneira bastante objetiva e planejada corriam o risco de ficar em segundo plano caso esse modelo

não fosse repensado e expandido. Nosso exercício, por conseguinte, foi o de repropor o conceito de formas compostas baseando-nos numa postura neomaterialista, partindo de uma ontologia plana, considerando ambos os agentes humanos e não-humanos atuando conjuntamente, de maneira equilibrada, no ciclo de produção e fruição das obras.

Com isso posto, nossa tarefa, ao analisar o jogo *Hearthstone*, foi o de observar os seus compósitos e como eles atuavam em conjunto na constituição da obra. Nesse exercício, ainda que tenhamos conseguido agrupar as diferentes estruturas em três dimensões mais básicas – jogabilidade, identidade audiovisual e narrativa – percebemos que elas já tinham atingido um estágio de codependência e associação tão elevados que promoviam um tipo de interação no qual os compósitos atingiam os seus objetivos exatamente por e em função de estarem justapostos, fundidos, entrelaçados uns com os outros. Dessa maneira, não fazia sentido falar em “narrativas em jogos digitais” sem considerar que tais narrativas não eram representantes de uma categoria estanque, isolada, mas sim parte de uma rede de associações extensas, na qual as próprias associações em si contribuíam para que os elementos narrativos se manifestassem de fato no produto final. Diferentemente da noção de formas compostas, baseada originalmente nas obras de William Blake, nas quais diferentes compósitos, ainda que justapostos e criados para serem fruídos em conjunto, podiam ser separados e analisados individualmente, defendemos, ao invés disso, a noção de um construto criativo cujas partes só poderiam ser compreendidas em associação com o todo e em função das demais partes. Foi dessa forma que propusemos o conceito de *formas amalgamadas*, a partir de um exercício conceitual em que comparamos a forma do jogo digital na contemporaneidade à carta “*Amálgama do Pesadelo*”, presente em *Hearthstone*.

Quando falamos em *formas amalgamadas*, estamos nos referindo a um produto midiático constituído por compósitos interdependentes, resultados diretos de um contexto de produção, materiais e técnicas disponíveis no momento de criação da obra. Em outras palavras, narrativa, jogabilidade, música, *design* e cada uma das demais partes desse construto, ainda que possam ser percebidas e distinguidas entre si, atingem uma nova forma de existência, em que só fazem sentido se relacionadas, em função umas das outras e em contexto com as relações de *troc* a partir das quais se deu sua criação. Conforme mencionamos anteriormente, estamos nos referindo a um outro tipo de narrativa, que só se completa contiguamente à jogabilidade, que, por sua vez, só se completa em conjunto

com a música, que, por consequência, só se completará lado a lado com o *design*, e assim sucessivamente, de maneira cíclica.

Quais as implicações quando consideramos jogos digitais como formas amalgamadas durante nosso processo de análise? Quando nos atentamos às narrativas e às estratégias de *storytelling*, especificamente, um dos caminhos possíveis, e que é bastante comum de ser verificado em outras análises semelhantes na área dos *game studies*, é o de observar como recursos mais básicos, empregados em outras mídias, são utilizados também nos videogames. Assim, se nos espelhamos na literatura ao analisar um jogo digital, poderíamos avaliar, por exemplo, ambientação, diálogos, caracterização, desenvolvimento, ritmo etc.; ou, se nos espelhamos no cinema, poderíamos avaliar iluminação, enquadramento, construção da *mise-en-scène*, trilha sonora etc. De fato, quando lidamos com jogos que privilegiam os aspectos narrativos e fazem empréstimos diretos dessas outras linguagens, essa postura analítica pode ser proveitosa e render bons resultados – inclusive, foi justamente esse o caminho que traçamos quando lidamos, anteriormente, com os jogos da Telltale Games, por exemplo<sup>100</sup>. Porém, apesar de reconhecer os pontos positivos dessas práticas, acreditamos que seja o momento de passar a reconhecer, da mesma forma, quais são os elementos particulares dos jogos digitais e como eles atuam, por si só, na construção das narrativas, constituindo sua própria linguagem; e é justamente aqui que o conceito de formas amalgamadas pode ser melhor aproveitado. A partir dessa proposição, o esforço não se concentra prioritariamente em reconhecer nos videogames os empréstimos ou adaptações de recursos provenientes de outras mídias, mas sim em ressaltar os elementos particulares dessas obras que possibilitam outras maneiras de fruição narrativa. Situações como quando os personagens de uma carta com a mecânica de “*Último Suspiro*” contam uma história ao serem destruídos e “morrerem” no tabuleiro, por exemplo, ou quando temos a oportunidade de despertar um deus antigo ou invocar um dragão primordial a partir das jogadas que escolhemos fazer ao longo de uma partida de cartas contra um adversário real.

Nossa intenção, com essa postura analítica, não é a de desmerecer ou ignorar as relações entre as diferentes linguagens narrativas presentes nas mídias diversas e que se manifestam, também, na constituição dos jogos digitais, nem de estabelecer uma hierarquia ou distinção valorativa entre elas; pelo contrário, não apenas as reconhecemos

---

<sup>100</sup> Cf. DALMONTE; BARBOSA C., 2018 e BARBOSA C., 2018.

como, inclusive, abordamos essa conjuntura ao discutir a formação dos pluriversos transmidiáticos construídos ao redor de franquias de videogames (retomamos esse tópico mais adiante). O que buscamos, ao invés disso, foi privilegiar as especificidades dos compósitos amalgamados dos jogos digitais e a possibilidade de utilizá-los, de maneiras bastante únicas e particulares, para atender às necessidades de um determinado projeto de *storytelling*. Um próximo movimento possível, em estudos futuros, seria justamente o de identificar e catalogar esses elementos recorrentes, particulares dos videogames, utilizados para alcançar objetivos narrativos específicos, de forma comparada, em um grupo mais amplo de jogos digitais, a fim de uma sistematização de estratégias, recursos e práticas criativas mais comuns, próprias dessa cultura de produção com a qual estamos lidando.

Em nossa primeira incursão nesse sentido, tomamos o conceito de formas amalgamadas e partimos do conjunto de diretrizes da Blizzard Entertainment, sintetizadas no primeiro capítulo, para verificar como elas se manifestavam na forma final do *card game Hearthstone*, considerando as três dimensões mais básicas de constituição dos jogos digitais. Em termos de jogabilidade, o funcionamento do jogo pôde ser descrito como uma versão simplificada, casual e amigável de um título do mesmo gênero, que foi uma grande referência para os desenvolvedores, *Magic: The Gathering*. O elemento “inédito”, em certa medida, ficou a cargo do uso considerável de elementos de *gameplay* que eram determinados aleatoriamente – os compósitos de RNG – que adicionavam um componente de imprevisibilidade e novidade a cada partida, ainda que as cartas utilizadas num baralho fossem as mesmas, e que não se limitava meramente à “sorte” de comprar cartas em uma sequência específica. Em termos estéticos, ainda que o *card game* beba diretamente da fonte de *World of Warcraft*, notamos um investimento em direção a um estilo próprio, engraçado, cartunesco e irreverente, com cores chamativas e artes simplificadas, que podem ser visualizadas apropriadamente mesmo em telas menores, como as de aparelhos *smartphone*. Em termos narrativos, verificamos uma preocupação de que as mecânicas desempenhadas pelas diferentes cartas pudessem ser traduzidas na forma das ações de um personagem específico – assim, por exemplo, uma carta que entra correndo em campo e continua atacando mesmo depois de morrer pode ser representada na forma de uma “*Múmia Inquieta*”, atendendo, dessa maneira, tanto aos objetivos de caracterização dos compósitos de jogabilidade quanto aos de promoção da ambientação

de uma expansão cuja história está situada numa região desértica, inspirada pelo antigo Egito.

Esse breve apanhado de alguns dos resultados de nossa análise já possibilita que visualizemos o conceito de formas amalgamadas em prática, mais uma vez. A jogabilidade de *Hearthstone* é simplificada o suficiente para atrair um público mais casual, porém se aproveita de recursos de RNG que são particulares do suporte digital e não podem ser replicados num jogo de cartas físico, por exemplo; a identidade audiovisual leva em conta tanto as diretrizes de *design* quanto a obra que serve como base, *World of Warcraft*, mas vai além, na tentativa de solidificar um estilo próprio, que construa uma marca junto ao público e atenda, também, à necessidade de oferecer uma interface charmosa, atrativa e que se adapte aos mais variados aparelhos (computadores, *smartphones*, *tablets* etc.), sem que a qualidade técnica da obra seja comprometida. A narrativa cumpre o papel de garantir o engajamento dos jogadores ao passo que conta a história dos personagens por meio de sua jogabilidade, movimentação, efeitos sonoros, animações no tabuleiro e interações com outros elementos do jogo. Mesmo nessa breve recapitulação, e considerando apenas essas três dimensões mais básicas, é possível observar a lógica dos compósitos amalgamados, que se entrelaçam e se sustentam conjuntamente em prol da construção da obra tal qual ela é apresentada ao público.

Por fim, ao oferecer um modelo analítico que reconhece a materialidade do suporte e dos compósitos que constituem as obras, bem como a associação e codependência existentes entre esses elementos, a noção de formas amalgamadas é maleável o bastante para permitir que consideremos em nossas análises também o papel dos agentes externos, que estão diretamente relacionados à posição assumida pelo agente criativo no campo de produção e às relações de *troc* que acontecem ali. No caso específico de *Hearthstone*, entram em cena não apenas o referencial de outros *card games* de sucesso que haviam sido produzidos por empresas concorrentes e tinham atingido prestígio nesse segmento – como o já mencionado *Magic* –, mas, também, as relações travadas com as outras obras do catálogo da Blizzard, o relacionamento entre os diferentes times da empresa e a utilização de recursos de outras mídias para complementar – e, em certa medida, compensar – as lacunas geradas por algumas das vulnerabilidades da obra em sua forma final. Retomamos essa discussão a seguir.

#### 4. Sobre a construção do pluriverso transmidiático da Blizzard Entertainment

Se, num primeiro momento, pudemos nos aproximar do “modo de fazer” da Blizzard Entertainment, a partir de seu conjunto de diretrizes, e, num segundo momento, pudemos caracterizar de que forma as obras dessa desenvolvedora eram constituídas, partindo do conceito de formas amalgamadas, na última etapa de nosso estudo utilizamos, por fim, esses dois indicadores para conduzir uma análise do projeto narrativo construído ao longo do “Ano do Dragão” em *Hearthstone*, que aconteceu entre abril de 2019 e abril de 2020 e foi composto por três expansões: *Ascensão das Sombras*, *Salvadores de Uldum* e *O Despontar dos Dragões*. Nosso objetivo principal foi identificar as estratégias utilizadas para contar uma história continuada, ao longo de três conjuntos de cartas e três modos de jogo *single-player* – as Aventuras – destacando a relação com o universo ficcional mais amplo de *World of Warcraft* e a utilização de outros recursos midiáticos externos ao jogo. Tendo concluído a análise, retomamos agora alguns de nossos resultados e tecemos nossas últimas considerações a respeito deles.

Um dos pontos que destacamos como fundamental para o entendimento do *storytelling* em *Hearthstone* é o reconhecimento do conjunto de limitações materiais do jogo em si. Por ser um título distribuído para uma infinidade de aparelhos e construído a partir de uma interface simplificada, que restringe uma série de recursos comumente utilizados em outros jogos digitais, como o uso de *cutscenes*, por exemplo, o time de desenvolvedores precisou se reinventar e recorrer a outras estratégias que pudessem compensar as vulnerabilidades daquele produto em específico. Nesse ponto, destacamos o quanto a consciência de estar produzindo para um público especializado é relevante quando se analisa o processo de feitura dessa obra. Como Marsha Kinder já apontava na década de 1990, os produtos midiáticos da indústria do entretenimento se empenhavam (e continuam se empenhando) na formação de um grupo de consumidores enciclopédicos, especializados, que se interessa em desbravar e conhecer as obras de seu interesse em seus mínimos detalhes; e, como Roz Kaveney complementou, quase quinze anos depois, esses conhecimentos acumulados nas mais variadas obras podem ser facilmente replicados posteriormente, partindo da certeza de que serão reconhecíveis por esse público “educado” midiaticamente, já familiarizado com aquilo que ela chama de *estética geek*.

Ao observarmos mais atentamente a construção do roteiro das três Aventuras analisadas, percebemos, de fato, o quanto os elementos intertextuais se fizeram presentes, ativando o repertório prévio dos jogadores e se conectando com arquétipos, clichês e referências a outros produtos midiáticos, que ajudaram a dar o tom e colaboraram com a caracterização e a ambientação das diferentes expansões. Assim, tivemos, de um lado, a Liga do M.A.L., claramente fazendo alusão a grupos de vilões de histórias em quadrinhos da DC e da Marvel e, do outro, a Liga dos Exploradores, se valendo de uma estética bastante semelhante àquela utilizada nos filmes de Indiana Jones, por exemplo. Até mesmo o roteiro da história contada ao longo do ano, apesar de alguns *plot twists* e da existência de finais alternativos, não se distanciava muito dos moldes que temos visto serem replicados à exaustão nos filmes *blockbusters* estadunidenses de super-heróis. Dessa forma, reforçamos o quanto os jogos digitais, enquanto artefatos culturais populares, recorrem a um texto ricamente preenchido com várias alusões, correspondências e referências para gerar significado e reconhecimento – aspecto esse ao qual Tanya Krzywinska se referiu, em certa medida, quando sugeriu a existência de um “texto grosso” na constituição dos produtos midiáticos da indústria do entretenimento contemporânea, e que reforçamos com a execução da presente pesquisa.

Partindo desse entendimento, acreditamos ser possível sugerir a existência de um arco narrativo nas histórias contadas em *Hearthstone*, especificamente, apesar de alguns dos estudiosos da área dos *game studies*, como Bizzocchi (2015), por exemplo, terem sugerido a quase impossibilidade de se avaliar a dimensão narrativa em jogos digitais nesses termos. Sim, de fato concordamos com o autor quando ele menciona que a execução de um arco narrativo demanda um controle rigoroso sobre os elementos constituintes da obra, sua exposição e andamento, e que o jogo digital abre mão de parte desse controle ao oferecer ao jogador a possibilidade de interagir e alterar os caminhos e as maneiras pelos quais a obra se completa. Porém, ainda assim, chegamos à conclusão, após realizarmos nossa análise, de que esse não é um fator impeditivo para que histórias sejam contadas em jogos digitais seguindo tal estrutura, pelo menos não no caso de *Hearthstone*, em específico. Com a construção das Aventuras, apesar dos compósitos de jogabilidade serem oferecidos para que o jogador os utilize livremente, da maneira que preferir, outros compósitos foram arquitetados para garantir que essa fruição seguisse caminhos determinados e que o arco narrativo fosse desenvolvido tal qual planejado a priori. E, mesmo quando o jogo digital, por si só, talvez não oferecesse elementos



suficientes para explorar todos os aspectos da trama, havia, ainda, a alternativa de recorrer a elementos adicionais, de fora do jogo, para complementar e garantir o entendimento das diferentes etapas da história que estava sendo contada.

Nesse ponto, visualizamos, de fato, a estrutura transmidiática mais ampla construída pela Blizzard Entertainment ao redor de suas obras. Mais do que ignorar as limitações de jogos mais casuais, como *Hearthstone*, a desenvolvedora abraça essas vulnerabilidades e as integra em seu plano de divulgação, que recorre a variados formatos audiovisuais para expandir as narrativas também em outros suportes e complementar a história contada primariamente no jogo digital. No caso específico do *card game* analisado, isso foi feito por meio de *webcomics* – versões digitais de histórias em quadrinhos – e de animações, geralmente apresentadas no formato de *trailers* ou vídeos musicais, que introduziram os personagens, a ambientação e o conflito principal travado em cada uma das expansões, bem como esclareceram situações do passado dos personagens ou revelaram elementos inéditos da história, que ainda não tinham sido trabalhados no jogo digital.

Aqui, faz-se necessário ressaltar que, quando nos referimos a uma “estrutura transmidiática” da Blizzard, não estamos, de maneira alguma, equiparando a movimentação existente ao longo do “Ano do Dragão” com projetos transmídia, em sua definição mais tradicional e generalizada, derivada das proposições de Henry Jenkins e amplamente utilizada nas últimas décadas na indústria do entretenimento e, por consequência, replicada, igualmente, em inúmeros estudos acadêmicos, especialmente na área da comunicação. Assim como propõe Christy Dena (2019), também nos afastamos do entendimento daquela Transmídia com T maiúsculo, centrada ao redor de características-chave solidificadas e repetidas à exaustão (espalhamento, perfurabilidade, continuidade, serialidade, imersão etc.) e que, muitas vezes, se refere a planejamentos comerciais extensivos, realizados por grandes conglomerados midiáticos, centrados ao redor dos artefatos e das audiências, visando a promoção de uma mesma marca ou produto nos mais variados formatos e plataformas. Percebemos, ao analisar a estrutura ficcional construída ao redor de *Hearthstone* e *World of Warcraft*, que, apesar de reconhecermos nela inúmeros elementos transmidiáticos, estávamos lidando com um cenário que era muito mais consequência de um fenômeno bastante particular do que um projeto

comercial premeditado e cuidadosamente roteirizado, seguindo modelos pré-definidos ou amplamente difundidos no mercado.

Para compreender essa conjuntura específica, foi necessário retornar ao registro historiográfico da trajetória do estúdio. As diretrizes e tomadas de decisão da Blizzard, ao longo de sua atuação, direcionaram a desenvolvedora rumo à criação de *World of Warcraft*, em um gênero de jogo que priorizava uma experiência social e imersiva continuada; tal orientação, por si só, promovia o alargamento contínuo daquele universo ficcional com um calendário de atualizações constantes, novas expansões e exploração de uma narrativa linear, contada ininterruptamente – mesmo agora, em 2020, depois de mais de quinze anos de seu lançamento, o título continua ativo e está prestes a receber mais uma expansão, “*Shadowlands*”. Com a criação de um universo ficcional tão amplo e com personagens tão icônicos e idolatrados pelo *fandom* da companhia, foi quase inevitável que essas figuras reverberassem e aparecessem, também, em outros produtos da desenvolvedora, como *Hearthstone* e *Heroes of the Storm*, por exemplo.

Porém, mais do que meramente reproduzir fielmente a Obra-fonte em que se espelhava, *Hearthstone*, em particular, continuou a expandir esse universo por conta própria, seguindo seus caminhos individuais, construídos ao redor de seu próprio estilo e das diretrizes do seu time próprio de desenvolvedores, o Team 5, e se apropriando, ao longo de sua existência, de qualquer recurso que pudesse ser útil nessa empreitada, estivesse ele dentro ou fora do jogo digital. Dessa forma, concluída a análise, o ponto que reforçamos, ao tratar dessa estrutura transmidiática específica, é que ela foi construída orgânica e progressivamente, conforme os jogos da Blizzard iam sendo lançados, numa relação de codependência, em que as fronteiras entre as obras ambientadas em um mesmo universo ficcional se tornavam cada vez mais fluidas e em que o passo seguinte dos desenvolvedores, tanto em termos ficcionais quanto em termos dos próprios produtos em si, era dado a partir da resposta do público aos lançamentos mais recentes. É graças a essa mobilidade e maleabilidade criativa que personagens marcantes podem ser resgatados do passado e repropostos em um novo contexto, ou que as teorias e expectativas do público podem ser incorporadas e tornadas canônicas em futuras atualizações dos títulos. É também graças a essa relação de codependência que uma obra derivada, como *Hearthstone*, pode continuar a explorar caminhos ainda não resolvidos na Obra-fonte e acabar, por consequência, influenciando desdobramentos narrativos também naquele

outro jogo. É por isso que, quando nos referimos a esse construto ficcional, ancorado ao redor de *World of Warcraft* e *Hearthstone*, propomos a utilização do termo *pluriverso transmidiático*, por estarmos lidando com uma infinidade de possibilidades narrativas únicas, paralelas, simultâneas, interrelacionadas, codependentes, que surgem organicamente a partir dos jogos digitais e permanecem orbitando, primariamente, ao redor desses mesmos jogos, ainda que também se espalhem por outras mídias.

Considerar *Hearthstone* inserido em um pluriverso transmidiático mais amplo também nos ofereceu possibilidades de interpretação de alguns dos dilemas enfrentados pelo *card game*, que apareceram mais proeminentemente no “Ano do Dragão”, mas que foram consequência, em certa medida, de escolhas tomadas desde o lançamento do jogo pelo time de desenvolvedores. Se por um lado tínhamos um universo ficcional que incentivava um consumo continuado e uma “alfabetização” de seu público de maneira mais intensiva, por outro lado tínhamos, também, um modelo de jogo que se vendia ao público como casual, simples e que pouco exigia do jogador. A busca por equilíbrio entre essas duas dimensões tão contrastantes tem sido uma constante no trabalho do Team 5 desde sua formação e pudemos perceber que a solução encontrada, na maior parte do tempo, tem sido promover uma estrutura de jogo que satisfaça tanto uma competitividade casual e pouco complicada (qualquer pessoa pode instalar o jogo e começar a jogar imediatamente), mas que também ofereça pílulas de conteúdo ficcional, “mastigando” as tramas mais densas de *World of Warcraft* e as oferecendo num formato mais acessível, bem-humorado, envolvente e palatável. Apontamos que um dos objetivos dessas pílulas narrativas, além de promover engajamento e imersão naquele universo ficcional, é, também, motivar que esses jogadores, supostamente casuais, façam uma transição progressiva para um modelo de consumo *hardcore* e, conseqüentemente, se juntem à parcela de jogadores enciclopédicos que começaram em *World of Warcraft* ou então já passaram por esse processo de transição anteriormente, em *Hearthstone*.

Com a iniciativa inédita de propor um segmento de *storytelling* mais extenso, como comemoração aos cinco anos de *Hearthstone*, o projeto narrativo do “Ano do Dragão” não testou apenas as possibilidades de utilizar os diferentes compósitos do jogo digital para contar histórias, tal qual descrevemos detalhadamente na análise apresentada no terceiro capítulo; ele serviu, ainda, para que o time de desenvolvedores pudesse testar estratégias comerciais mais agressivas, em que esses construtos ficcionais, ancorados ao

redor da imagem de personagens marcantes da trajetória do jogo e que tinham grande apelo junto ao público, serviram, também, para oferecer mais conteúdos pagos e elevar consideravelmente a quantidade de tempo ou dinheiro necessária para que os jogadores tivessem acesso a tudo que estava sendo oferecido – alguns recursos específicos, inclusive, como as *skins* alternativas de personagens, só poderiam ser adquiridos com dinheiro real. Embora ainda não tenhamos, no momento de conclusão desta pesquisa, dados oficiais relativos à arrecadação de *Hearthstone* que nos permitam mensurar apropriadamente o sucesso dessas estratégias comerciais utilizadas no “Ano do Dragão”, acreditamos, conforme já mencionado, que elas não sejam sustentáveis a longo prazo, por exigirem um investimento muito alto de uma base de jogadores casuais em um curto período de tempo, abandonando o modelo de transição gradual que vinha sendo promovido pela companhia anteriormente e com o qual o público consumidor já estava acostumado, em certa medida.

Apesar dessas ressalvas, acreditamos que as estratégias utilizadas pela Blizzard ao longo do “Ano do Dragão” tenham sido fundamentais para que a empresa avaliasse a trajetória do *card game* nos últimos cinco anos, com seus altos e baixos, e atualizasse seu conjunto de diretrizes, redimensionando o potencial de seus compósitos de *storytelling*, refletidos nas Aventuras, e encontrando caminhos possíveis para equilibrar a balança entre jogadores casuais e *hardcore*, ou entre a oferta de conteúdos gratuitos x pagos e a sustentabilidade do jogo a médio e longo prazo. A influência do “Ano do Dragão” já pôde ser vista, inclusive, nas expansões subsequentes, lançadas a partir de abril de 2020, quando teve início o “Ano da Fênix”. Nelas, continuamos observando a Blizzard investir uma grande quantidade de recursos nos modos de jogo *single-player*, mais uma vez se ancorando em figuras icônicas de *World of Warcraft* – a primeira expansão de 2020, *Cinzas de Terralém*, teve Illidan Tempestúria como protagonista e apresentou três modos de Aventura diferentes. A segunda expansão do ano, *Universidade de Scolomântia*, ainda a ser lançada, abordará, mais uma vez, a figura do mago Kel’Thuzad, personagem também introduzido em *WoW*, que terá uma parte de sua história contada, agora, também em *Hearthstone*. E, apesar de ainda terem sido mantidos os pacotes *premium* de pré-venda das expansões, com a inclusão de *skins* de personagem exclusivas e limitadas, os modos de jogo *single-player* voltaram a ser oferecidos gratuitamente, tornando a equilibrar essa balança de modo a tentar agradar tanto jogadores *hardcore* quanto casuais.

## 5. *Sobre a participação do pesquisador-jogador e os desdobramentos para pesquisas futuras*

Destacamos, por fim, a importância da participação do pesquisador também na posição de jogador, em diferentes etapas da pesquisa. Alguns dos compósitos de jogabilidade verificados no jogo digital analisado, e sua consequente interrelação, só puderam ser compreendidos em sua totalidade a partir do ato de jogar em si, possibilitando que diferentes conjuntos de dados, como, por exemplo, informações de bastidores oferecidas pelos desenvolvedores em entrevistas, ou características do jogo mencionadas em materiais de divulgação, pudessem ser tensionados, também, à luz de uma experiência particular de fruição da obra, acrescentando uma nova camada interpretativa ao estudo realizado. Esse tipo de interação com o jogo analisado foi fundamental, inclusive, para que conseguíssemos captar algumas nuances que escapavam dos outros registros que tínhamos à nossa disposição e nos direcionou por caminhos que acabaram culminando em torno do conceito de formas amalgamadas, que aqui propusemos. Dessa forma, não apenas reforçamos a posição de Aarseth (2003), sobre a importância do ato de jogar durante a execução de pesquisas dessa natureza, como também encorajamos que essa postura seja repetida em estudos futuros que também decidirem lidar com jogos digitais.

Tendo proposto um modelo analítico e metodológico para a compreensão da cultura de produção de jogos digitais a partir do entendimento dessas obras como formas amalgamadas, sugerimos, como possibilidades para desdobramento dos resultados aqui apresentados em novas pesquisas, ações em três frentes distintas: a) estudos com ênfase nos aspectos econômicos/comerciais do mercado de videogames que, partindo da noção de cultura de produção, comparem e analisem os diferentes modelos de comercialização e precificação de jogos e como eles impactam na sustentabilidade dos títulos a médio e longo prazo e/ou colaboram para a constante expansão ou atualização das obras *ad infinitum*; b) estudos com ênfase nos compósitos particulares dos jogos digitais, partindo da noção de formas amalgamadas, a fim de identificá-los e catalogá-los, descrevendo os principais usos desses elementos por diferentes agentes criativos e como eles se relacionam com a posição dos estúdios no campo de produção e com os gêneros das obras em que aparecem; e c) estudos com ênfase nos aspectos narrativos e transmidiáticos dos jogos digitais, observando os caminhos traçados por outras companhias, nesse sentido, e

como as diferentes linguagens das mídias têm sido incorporadas e repropostas nos videogames, colaborando para a solidificação e promoção de uma linguagem única e particular dos jogos digitais.

Após o trajeto percorrido e sintetizado metaforicamente na forma de missões lendárias, tal qual em *Hearthstone*, encerramos essa etapa da jornada convencidos do grande potencial inexplorado relativo ao segmento de jogos digitais e das imensas possibilidades que essa área fornece para futuras expedições. Apostamos que a inventividade dos profissionais envolvidos, somada aos avançados tecnológicos que dinamizam os aspectos materiais e narrativos das obras, voltados a uma audiência especializada e impelida rumo a um consumo *hardcore*, representem o grande trunfo da indústria midiática de entretenimento nos próximos anos. Tal qual fez Elise, membra da Liga dos Exploradores, ao fornecer um mapa que conduzia à uma relíquia escondida, esperamos que nossas contribuições com a presente pesquisa se somem à produção dos *game studies* e dos estudos em comunicação e sirvam, também, como referencial e ponto de partida para novas explorações e para a resolução de inúmeras outras missões lendárias. A taverna está aberta, as cartas estão sobre a mesa e o desafio está lançado.



**Figura 34:** Carta de missão lendária. Fonte: Blizzard Entertainment.

## *Síntese*

Jogos digitais são produzidos a partir de uma cultura de produção bastante específica, em que os desenvolvedores, os aparatos tecnológicos disponíveis, o público, a mídia e a crítica especializada, entre outros, travam relações entre si e são tomados como referência no momento em que os agentes criativos constroem o conjunto de diretrizes que os guiará durante o processo de feitura de suas obras. Ao criar um jogo digital, os desenvolvedores recorrem a uma série de habilidades tácitas, oriundas do próprio exercício da profissão, resultado direto da mobilidade e cooperação existentes entre profissionais de diferentes setores, com diferentes especialidades. Por consequência, os compósitos que formam o jogo digital estão diretamente atrelados a tais habilidades e à materialidade do suporte, numa dimensão mais básica, mas, também, às relações internas que estabelecem com as demais partes da obra, atingindo um tipo de existência em que esses elementos só são capazes de alcançar o seu objetivo final quando associados, fundidos ou justapostos com os demais elementos do todo, constituindo, assim, formas amalgamadas. Essas amálgamas, embora possibilitem uma fruição bastante singular e diretamente atrelada a um tipo específico de interação existente entre jogador e obra, também recorrem e se apropriam de linguagens e recursos de outras mídias, principalmente no que tange à expansão de universos ficcionais ou promoção de experiências construídas ao redor de elementos de *storytelling*. Essas referências intertextuais e confluência de linguagens contribuem para que os desenvolvedores sustentem a criação de grandes pluriversos transmidiáticos ao redor de suas franquias, amparados, principalmente, por compósitos próprios dos jogos digitais que são projetados para promover a narrativa em associação e cooperação com outras mídias.

## REFERÊNCIAS

### *Referências bibliográficas:*

AARSETH, E. (1997). **Cybertext**: Perspectives on Ergodic Literature. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

\_\_\_\_\_. (2003). **Playing Research**: Methodological approaches to game analysis. In: *Proceedings of the Digital Arts and Culture Conference*, Melbourne.

\_\_\_\_\_. (2012). **A narrative theory of games**, In: *FDG'12: Proceedings of the International Conference on the Foundations of Digital Games*, 29 May – 01 June, Raleigh, NC, pp. 129–33.

ARISTÓTELES. (2003). **Poética**. Estudos Gerais, Série Universitária – Clássicos de Filosofia (7 ed.). Imprensa Nacional Casa da Moeda, s/l, Brasil.

BARBOSA C., F. (2018). **Diretrizes para a produção de videogames na contemporaneidade**: o caso Telltale Games. In: Anais do XIV Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura – ENECULT, UFBA, 7 a 10 de agosto de 2018, Salvador, Bahia.

BAXANDALL, M. (2006). **Padrões de intenção**: a explicação histórica dos quadros. São Paulo: Companhia das Letras.

BECHMANN PETERSEN, A. (2006). **Internet and cross media productions**: Case studies in two major Danish media organizations. In: *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*, 4 (2), 94-107.

BIZZOCCHI, J (2007). **Games and Narrative**: An Analytical Framework. In: Loading - the Journal of the Canadian Games Studies Association, Vol. 1, No 1.

BOURDIEU, Pierre. (1992). **The Rules of the Art**: Genesis and Structure of the Literary Field. Stanford: Stanford University Press.

\_\_\_\_\_. (2004). **Coisas ditas**. São Paulo: Editora Brasiliense.

CALDWELL, John T. (2008). **Production culture**: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television. Durham and London: Duke University Press.

CALLEJA, G. (2014). **In-Game**: From Immersion to Incorporation. London: The MIT Press.

CHENG, P. (2007). **Waiting for Something to Happen**: Narratives, Interactivity and Agency and the Video Game Cut-scene, In: *Situated Play, Proceedings of DiGRA 2007 Conference*.



CHESS, S. (2012). **Going with the Flo: Diner Dash and feminism.** In: *Feminist Media Studies*, 12(1), 83–99. doi:10.1080/14680777.2011.558350.

CLARKE, M.J. (2012). **Transmedia Television: New trends in network serial production.** Bloomsbury Publishing USA.

COHENDET, P.; SIMON, L. (2007). **Playing across the playground: Paradoxes of knowledge creation in the videogame firm,** In: *Journal of Organizational Behavior*, 28: 5, pp. 587–605.

DALMONTE, E.; BARBOSA C., F. (2018). **O Jogo dos Tronos: videogame e cutscenes no projeto transmidiático de Game of Thrones.** In: *INTERIN*, v. 23, n. 1, jan./jun. 2018. ISSN: 1980-5276, pp.186-204.

DAVIDSON, D., *et al.* (2010). **Cross-Media Communications: An Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences.** Pittsburgh: ETC Press.

DE MARCHI, L. (2014). **Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil.** In: *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, Intercom, a. 37, n. 1, p. 193-215.

DENA, Christy. (2008). **Emerging Participatory Culture Practices: Player-Created Tiers in Alternate Reality Games.** In: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. London, Los Angeles, New Delhi and Singapore, Vol. 14(1): 41–57.

\_\_\_\_\_. (2009). **Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World Across Distinct Media and Environments.** Tese / PhD. University of Sydney.

\_\_\_\_\_. (2019). **Transmedia and the Pluriverse.** Speech at SERIAIS – Seminário Narrativas Seriadadas, Salvador, Brazil, July, 2019. Transcrição disponível em: <https://www.christydena.com/2019/12/speech-transmedia-and-the-pluriverse-at-seriais-seminario-narrativas-seriadadas-salvador-brazil-july-2019/> (último acesso em 31/07/2020).

ECO, U. (1988). **Lector in fabula.** São Paulo: Perspectiva.

ERMI, L.; MÄYRA, F. (2005). **Fundamental Components of the Gameplay Experience: Analyzing Immersion.** In: *Proceedings of DiGRA 2005: “Changing Views: Worlds in Play”*, Vancouver, Canada.

ESKELINEN, M. (2001), **Towards computer game studies,** In: *Digital Creativity*, 12: 3, pp. 175–83.

\_\_\_\_\_. (2001b). **The Gaming Situation,** In: *Games Studies* 1 (julho de 2001), disponível em <http://www.gamestudies.org/>

FALCÃO, Thiago; MARQUES, Daniel. (2017). **Pagando para vencer: Cultura, Agência e Bens Virtuais em Videogames.** In: *Anais do XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017.*

\_\_\_\_\_. (2018). **Pagando para vencer, parte 2: Serialização, Power Creep e Capitalismo Tardio em Hearthstone.** In: *Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Joinville – SC – 02 a 08/09/2018.*

- FERNÁNDEZ-VARA, C. (2014). **Introduction to Game Analysis**: London, Routledge.
- FRASCA, G. (2003). **Ludologists love stories, too**: Notes from a debate that never took place, In: *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings*, Utrecht: Utrecht University, pp. 92–97.
- FULTON, H. *et al.* (2005). **Narrative and Media**. Melbourne; New York: Cambridge University Press, 2005.
- GAMBARATO, R.R. (2013). **Transmedia Project Design**: theoretical and analytical considerations. In: *Baltic Screen Media Review*, (1), 80-100.
- GOFFMAN, E. (1972), **Encounters**: Two Studies in the Sociology of Interaction, Ringwood: Penguin University Books.
- \_\_\_\_\_. (1986), **Frame Analysis**: An Essay on the Organization of Experience, Boston: Northeastern University Press (reimpressão).
- GOMBRICH, E. (1979). **The Sense of Order**. London: Phaidon Press.
- GRUSIN, R. (2015). **Radical Mediation**. Critical Inquiry, Chicago, University of Chicago Press, 2015b, Vol. 42, No. 1, p. 124–148, 2015.
- HESMONDHALGH, D. (2007). **The Cultural Industries**. Londres, SAGE Publications.
- HOWARD, Kenton T. (2018). **Free-to-Play or Pay-to-Win?**: Casual, Hardcore, and *Hearthstone*. In: Proceedings of DiGRA 2018: “The Game is the Message”, Turin, Italia.
- JENKINS, H. (2004). **Game Design as Narrative Architecture**. In: *First Person: New Media as Story, Performance, and Game*, eds. Wardrip-Fruin, N. and Harrigan, P., MIT Press, Cambridge, MA, 2004.
- \_\_\_\_\_. (2006). **Convergence Culture**: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.
- \_\_\_\_\_. (2008). **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph.
- JUUL, Jesper. (2006). **Half-Real**: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds. Cambridge, MA: The MIT Press.
- \_\_\_\_\_. (2010). **A Casual Revolution**: Reinventing Video Games and Their Players. Cambridge, MA, USA: The MIT Press, 2010.
- KAVENEY, Roz. (2005). **From Alien to The Matrix**: Reading Science Fiction Film. London: I. B. Tauris.
- KINDER, M. (1991). **Playing with Power in Movies, Television, and Video Games**: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. Berkeley: University of California Press.
- KING, G.; KRZYWINSKA, T. (2006). **Tomb Raiders and Space Invaders**: Videogame Forms and Contexts. London: I.B. Tauris.

- KLASTRUP, L. (2006). **Why Death Matters**: Understanding Gameworld Experience. In: JVRB - Journal of Virtual Reality and Broadcasting; DOI: 10.1145/1178823.1178859.
- KLEVJER, R. (2006). **In Defense of Cutscenes**. Rune Klevjer Home Page. Disponível em: <http://www.uib.no/people/smrk/docs/klevjerpaper.htm> (último acesso em 03/08/2020).
- KOENITZ, H. (2018). **Narrative in Video Games**. In: Springer International Publishing AG 2018. N. Lee (ed.), *Encyclopedia of Computer Graphics and Games*, [https://doi.org/10.1007/978-3-319-08234-9\\_154-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-08234-9_154-1)
- KOSTER, R. (2004). **A Theory of Fun for Game Design**. Scottsdale, AZ, USA: Paraglyph Press.
- KRAAIJENBRINK, L. (2015). **Playing with Play**: Using expansive play to create new meaningful experiences in Hotline Miami. Tese de Mestrado, Utrecht University, Utrecht.
- KRZYWINSKA, Tanya. (2008). **World Creation and Lore: World of Warcraft as Rich Text**. In: Digital Culture, Play and Identity: A *World of Warcraft* Reader. The MIT Press.
- LATOURE, B. (2015). **Uma sociologia sem objeto?** – Observações sobre a interobjetividade. In: Revista-Valise, Porto Alegre, v. 5, n. 10, ano 5, dezembro de 2015.
- LEMOS, A (2019). Comunicação e Mediação. In Alzamora, G; Coutinho, F.; Ziller, J. **Dossiê Bruno Latour**. Belo Horizonte: Editora UFMG (no prelo).
- LINDEROTH, J. (2013). **Superheroes, Greek gods and sport stars**: Ecological empowerment as a ludo-narratological construct, In: Context Matters! Proceedings of the Vienna Games Conference 2013: Exploring and Reframing Games and Play in Context, Vienna: New Academic Press, pp. 7–30.
- \_\_\_\_\_. (2015), **Creating stories for a composite form**: Video game design as Frame Orchestration, In: *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, 7: 3, pp. 279–298.
- LONG, G. (2007). **Transmedia Storytelling**: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company. Tese de Mestrado. Massachusetts Institute of Technology, Cambridge.
- LOPES, Maria Immacolata; CASTILHO, Fernanda. (2018). **Recepção transmídia**: perspectivas teórico-metodológicas e audiências de ficção televisiva online. In: Galáxia (São Paulo), núm. 39, Setembro-Dezembro, 2018, pp. 39-52.
- LOTMAN, J. M. (1977). **Primary and secondary communication modeling systems**. In: *Soviet semiotics: An anthology* (pp. 95–98). Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- MÄYRÄ, F. (2008). **An introduction to game studies**: game in culture. London: Sage.
- MENDONÇA, C.M.C.; FREITAS, F.A. (2015). **Game as Text as Game**: The Communicative Experience of Digital Games In: *Comunicação e Sociedade*, vol. 27, pp. 253-272.
- MILLER, D. (2005). **Materiality**. Durham and London: Duke University Press.
- MURRAY, J. H. (1997). **Hamlet on the Holodeck**. Cambridge: MIT Press.

\_\_\_\_\_. (2005). **The last word on ludology v. narratology in game studies**, In: *Changing Views: World in Play*, The International DiGRA Conference, Vancouver, Canada.

NESTERIUK, S. (2015). **Indie games como paradigma da indústria criativa: perspectivas e possibilidades comunicacionais**. In: *ORGANICOM*, ano 12, n. 23, 2º. sem. 2015.

NEWCOMB, H.; LOTZ, A. (2002). **The production of media fiction**, In: *A handbook of media and communication research: qualitative and quantitative methodologies*. New York: Routledge.

NORDIN, A. (2014). **Imersion And Players' Time Perception in Digital Games**. University of York.

PEARCE, C. (2005). **Theory wars: An argument against arguments in the so-called ludology/narratology debate** In: *Changing Views: Worlds in Play*, Proceedings of the International DiGRA Conference, Vancouver, Canada.

PELTONIEMI, M. (2009). **Entrepreneurship and innovation within creative industries: a case study on the Finnish games industry**. In: *Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 7, No. 4, 2009.

PÉREZ-LATORRE, O.; OLIVA, M. & BESALÚ, R. (2016): **Videogame analysis: a social-semiotic approach** In: *Social Semiotics*, DOI: 10.1080/10350330.2016.1191146

POWER, D.; SCOTT, A.J. (Eds.). (2004). **Cultural Industries and the Production of Culture**. New York, Routledge.

RYAN, M. L. (Ed.). (2004). **Narrative across media**. The languages of storytelling. Lincoln, NE: University of Nebraska Press.

\_\_\_\_\_. (2009). **From Narrative Games to Playable Stories: Toward a Poetics of Interactive Narrative**. Nebraska: University of Nebraska Press.

SALDRE, M.; TOROP, P. (2012). **Transmedia space**. In: *Crossmedia Innovations: Texts, Markets, Institutions*. Frankfurt: Peter Lang, 25–44

SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. (2004). **Rules of Play: Game Design Fundamentals**, Cambridge, MA: MIT Press.

SANDQVIST, U. (2010). **Digital dreams and industrial development: A study of the Swedish computer and video game industry 1980–2010**, Ph.D. thesis, Umeå: Umeå Universitet.

SCOLARI, C.A. (2009). **Transmedia Storytelling: implicit consumers, narrative worlds and branding in contemporary media production**. In: *International Journal of Communication* (3), 586-606.

SHAW, A. (2010). **What is Video Game Culture?: Cultural Studies and Game Studies**. In: *Games and Culture*. 5, (3), 403 – 424.

SKOLNICK, E. (2014). **Video Game Storytelling: What Every Developer Needs to Know about Narrative Techniques**. New York: Watson-Guptill Publications.

TANSKANEN, Selja. (2018). **Player immersion in video games: Designing an immersive game project**. Bachelor's thesis. Degree program in Game Design. South-Eastern Finland University of Applied Sciences, Finland.

TODOROV, T. (1977) *The Poetics of Prose*. Ithaca: Cornell University Press.

TOMAŠČÍKOVÁ, S. (2009). **Narrative Theories and Narrative Discourse**. In: Bulletin of the *Transilvania University of Braşov* • Vol. 2 (51) - 2009 • Series IV, pp. 281-290.

TSCHANG, F. T. (2007). **Balancing the tensions between rationalization and creativity in the video games industry**, In: *Organization Science*, 18: 6, pp. 989–1005.

TURKAY, Selen. ADINOLF, Sonam. (2018). **Understanding Online Card Game Players' Motivations: A Survey Study with Two Games**. In: Proceedings of ACM OzCHI conference (OzCHI'18). ACM, Melbourne, Australia.

VERÓN, E. (1999). **A análise do “Contrato de Leitura”**: um novo método para os estudos de posicionamento de suportes impressos. Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo.

WACQUANT, Loïc. (2005). **Mapear o campo artístico**. In: *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.4.

WAERN, A. (2012). **Framing games**, In: DiGRA Nordic '12: Proceedings of 2012 International DiGRA Nordic Conference, Tampere, Finland.

### **Referências de veículos jornalísticos:**

BEHIND *the Art of the Card – An Interview with Matt Dixon*. **Hearthstone Top Decks**, 2018. Disponível em: <https://www.hearthstonetopdecks.com/behind-the-art-of-the-card-an-interview-with-matt-dixon/> (último acesso em 30/07/2020).

BISCHOFF, Julian. *Interview with Hearthstone Game Designers Dave Kosak & Hadidjah Chamberlin – Talking Tombs of Terror!* **Hearthstone Top Decks**, 2019. Disponível em: <https://www.hearthstonetopdecks.com/interview-with-hearthstone-game-designers-dave-kosak-hadidjah-chamberlin-talking-tombs-of-terror/> (último acesso em 30/07/2020).

BYRNE, Seamus. *Blizzard's Hearthstone: Building a truly digital card game*. **CNET**, 2014. Disponível em: <https://www.cnet.com/news/blizzards-hearthstone-building-a-truly-digital-card-game/> (último acesso em 30/07/2020).

CLARK, Tim. *Reynad: RNG in Hearthstone is “the reason that people are celebrities”*. **PC Gamer**, 2015. Disponível em: <https://www.pcgamer.com/reynad-rng-in-hearthstone-is-the-whole-reason-that-people-are-celebrities/> (último acesso em 30/07/2020).

CLAYMAN, David. *The History of Blizzard*. **IGN**, 2016. Disponível em: <https://www.ign.com/articles/2010/10/22/the-history-of-blizzard> (último acesso em 30/07/2020).

FENSTER, David. *Hearthstone Interview: Producer and Director Discuss RNG, Balance Changes, and Meta Development*. **DualShockers**, 2018. Disponível em: <https://www.dualshockers.com/hearthstone-interview-year-of-the-raven-pc/> (último acesso em 30/07/2020).

HEARTHSTONE *History*. **Gamerwhizz**, 2017. Disponível em: <https://gamerwhizz.com/online-games/hearthstone-heroes-of-warcraft/hearthstone-history/> (último acesso em 30/07/2020).

KOLLAR, Philip. *The three lives of Blizzard Entertainment*. **Polygon**, 2014. Disponível em: <https://www.polygon.com/features/2014/10/3/6901193/blizzard-entertainment-three-lives> (último acesso em 30/07/2020).

MARGINI, Matt. “*Hamlet on the Holodeck*”, *Twenty Years Later*. **The New Yorker**, 2017. Disponível em: <https://www.newyorker.com/books/second-read/hamlet-on-the-holodeck-twenty-years-later> (último acesso em 31/07/2020).

NEWMAN, Heather. *Ben Brode Chats About Rejected ‘Hearthstone: The Witchwood’ Mechanics*. **Forbes**, 2018. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/hnewman/2018/04/09/ben-brode-chats-about-rejected-hearthstone-the-witchwood-mechanics/#16607ba52e8c> (último acesso em 30/07/2020).

\_\_\_\_\_. *‘Hearthstone’ Developers Talk Rise of Shadows And Why Odd And Even Decks Had To Go*. **Forbes**, 2019. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/hnewman/2019/03/14/hearthstone-developers-talk-rise-of-shadows-and-why-odd-and-even-decks-had-to-go/#65fb032365ae> (último acesso em 30/07/2020).

SHEPERD, BH. *Narrative Mechanics in Hearthstone: How a Card Game Can Tell a Story*. **Lit Reactor**, 2016. Disponível em: <https://litreactor.com/columns/narrative-mechanics-in-hearthstone-how-a-card-game-tells-a-story> (último acesso em 30/07/2020).

STUART, Keith. *Hearthstone: how a game developer turned 30m people into card geeks*. **The Guardian**, 2015. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2015/jun/25/hearthstone-blizzard-strategy-trading-cards-greg-austin> (último acesso em 30/07/2020).

THE *complete history of Blizzard games on PC*. **PC Gamer**, 2016. Disponível em: <https://www.pcgamer.com/the-complete-history-of-blizzard-games-on-pc/> (último acesso em 30/07/2020).

THE *history of Blizzard & how their games began*. **Opium Pulses**, 2018. Disponível em: <https://www.opiumpulses.com/article/236/history-of-blizzard> (último acesso em 30/07/2020).

WINKIE, Luke. *How Blizzard turn a Hearthstone fan theory into Hearthstone fact*. **PC Gamer**, 2020. Disponível em: <https://www.pcgamer.com/how-blizzard-turned-a-hearthstone-fan-theory-into-hearthstone-fact/> (último acesso em 31/07/2020).

### *Referências de jogos analógicos e digitais:*

*Battle Chess*. Interplay Entertainment, 1988.

*Battle Tech*. FASA Corporation, 1984-atual.

*Blackthorne*. Blizzard Entertainment, 1994.

*Braid*. Number None, 2008.

*Call of Duty* (franquia). Activision, 2003-atual.

*Command & Conquer*. Westwood Studios, 1995.

*Counter-Strike* (franquia). Valve Corporation, 1999-atual.

*Cuphead*. Studio MDHR, 2017.

*Dark Age of Camelot*. Mythic Entertainment, 2001.

*Diablo* (franquia). Blizzard Entertainment, 1997-atual.

*Donkey Kong*. Nintendo, 1981.

*Dota Auto Chess*. Dmodo Studio, 2019.

*Dune II*. Westwood Studios, 1992.

*Dungeons & Dragons*. Wizards of the Coast, 1974-atual.

*Eternal*. Dire Wolf Digital, 2016.

*EverQuest*. Sony Online Entertainment, 1999.

*FIFA* (franquia). Electronic Arts, 1993-atual.

*Fortnite*. Epic Games, 2017-atual.

*Game of Thrones: A Telltale Games Series*. Telltale Games, 2014.

*Garena Free Fire*. 111dots Studio, 2017.

*Grim Fandango*. LucasArts Entertainment, 1998.

*Halo: Combat Evolved*. Bungie, 2001.

*Hearthstone*. Blizzard Entertainment, 2013-atual.

*Heroes of the Storm*. Blizzard Entertainment, 2015.

*Journey*. Thatgamecompany, 2012.

*Just Dance* (franquia). Ubisoft, 2009-actual.

*Justice League Task Force*. Blizzard Entertainment, 1995.

*Legend of the Five Rings*. Alderac Entertainment Group, 1995.

*LEGO* (franquia). Warner Bros Interactive Entertainment, 1995-actual.

*Lemmings*. Rockstar North, 1991.

*Lord of the Rings vol. I*. Interplay Entertainment, 1990.

*Magic: The Gathering*. Wizards of the Coast, 1993-actual.

*Netrunner*. Wizards of the Coast, 1996.

*Overwatch* (franquia). Blizzard Entertainment, 2016-actual.

*Peter Jackson's King Kong: The Official Game of the Movie*. Ubisoft, 2005.

*Pokémon Trading Card Game*. Nintendo, 1996-actual.

*Pro Evolution Soccer* (franquia). Konami, 1995-actual.

*Rage* (trick-tacking card game). Fundex Games, 1983.

*Resident Evil 4*. Capcom, 2005.

*RiME*. Tequila Works, 2017.

*Rock n' Roll Racing*. Silicon & Synapse (actual Blizzard Entertainment), 1993.

*RPM Racing*. Silicon & Synapse (actual Blizzard Entertainment), 1991.

*Shanghai*. Activision, 1986.

*StarCraft* (franquia). Blizzard Entertainment, 1998-actual.

*Teamfight Tactics*. Riot Games, 2019.

*Tetris*. Alexey Pajitnov, 1984.

*The Death and Return of Superman*. Blizzard Entertainment, 1994.

*The Last Guardian*. Team ICO, 2016.

*The Lost Vikings*. Silicon & Synapse (actual Blizzard Entertainment), 1992.

*The Secret of Monkey Island*. LucasArts Entertainment, 1990.



*The Walking Dead: A Telltale Games Series*. Telltale Games, 2012.

*Ultima Online*. Origin Systems, 1997.

*Warcraft* (franquia). Blizzard Entertainment, 1994-atual.

*World of Goo*. 2D Boy, 2008.

*World of Warcraft*. Blizzard Entertainment, 2004-atual.

*Yu-Gi-Oh! Trading Card Game*. Konami, 1996-atual.

### *Referências audiovisuais:*

*Footloose* (filme). Herbert Ross (dir.), 1984.

*Game of Thrones* (série televisiva). David Benioff; D.B. Weiss (prod.), HBO, 2011-2019.

*Indiana Jones* (franquia de filmes). George Lucas (prod.), 1981-atual.

*Jumanji* (filme). Joe Johnston (dir.), 1995.

*King Kong* (filme). Merian C. Cooper; Ernest B. Schoedsack (dir.), 1933.

*The Art of Hearthstone* (painel). Comic-Con San Diego, 2018. Disponível em: <https://youtu.be/fnXwQqME6xc> (último acesso em 31/07/2020).

*The Walking Dead* (série televisiva). Frank Darabont (prod.), AMC, 2010-atual.

FIM DA PARTIDA! DESEJA JOGAR NOVAMENTE?