



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

**Lucas de Moraes Mello**

**Produção coletiva, consumo individual:**

a produção de conteúdo pela comunidade do jogo *Cities: Skylines*

**Porto Alegre**

**2015**

#### CIP - Catalogação na Publicação

de Moraes Mello, Lucas

Produção coletiva, consumo individual: a produção de conteúdo pela comunidade do jogo Cities: Skylines / Lucas de Moraes Mello. -- 2015.  
74 f.

Orientadora: Nilda Aparecida Jacks.

Coorientadora: Sarah Moralejo da Costa.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, Porto Alegre, BR-RS, 2015.

1. Cities: Skylines. 2. jogo. 3. fã. 4. modding. 5. simulador de cidades. I. Aparecida Jacks, Nilda, orient. II. Moralejo da Costa, Sarah, coorient. III. Título.

Lucas de Moraes Mello

**Produção coletiva, consumo individual:**

a produção de conteúdo pela comunidade do jogo *Cities: Skylines*

Trabalho de conclusão do curso de graduação apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do Bacharelado em Comunicação Social, habilitação Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Nilda Aparecida Jacks

Co-orientadora: Ma. Sarah Moralejo da Costa

Porto Alegre  
2015

Lucas de Moraes Mello

**Produção coletiva, consumo individual:**

a produção de conteúdo pela comunidade do jogo *Cities: Skylines*

Trabalho de conclusão do curso de graduação apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do Bacharelado em Comunicação Social, habilitação Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Nilda Aparecida Jacks

Co-orientadora: Ma. Sarah Moralejo da Costa

Aprovado em 07 de dezembro de 2015

**Banca examinadora:**

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Nilda Aparecida Jacks – UFRGS

Orientadora

---

Ma. Sarah Moralejo da Costa – UFRGS

Co-orientadora

---

Suely Fragoso – UFRGS

Avaliadora

---

Ma. Giovana Santana Carlos – UNISINOS

Avaliadora

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente quero agradecer à minha família que sempre me apoiou e nunca mediu esforços para que eu fosse uma pessoa melhor, me dando oportunidade de conhecer o mundo e de realizar meus sonhos. Vocês são tudo para mim!

Um agradecimento especial à minha irmã, Ana Carolina, que me aguentou nos meses de concepção desse trabalho e até me ajudou em alguns momentos.

Às minhas orientadora e co-orientadora, Nilda Jacks e Sarah Moralejo, por me acolherem e me guiarem pelo longo caminho desse trabalho, e por nosso tempo juntos na sala 516 da Fabico.

Aos meus colegas maravilhosos da W3haus, com quem aprendi tanta coisa em tão pouco tempo, e que foram compreensivos nos momentos mais importantes.

Aos meus incríveis amigos, sem vocês eu não seria nada (mesmo)! Obrigado por entenderem que não pude sair naquele fim de semana porque estava concebendo esse trabalho. Vocês serão recompensados (prometo!).

Obrigado!

## RESUMO

Este trabalho visa desenvolver uma análise sobre vários tipos de produção de fã para jogos eletrônicos como a produção de *mods/assets*, arquivos criados por usuários que modificam a experiência original de um jogo, e de narrativas fictícias em fóruns de discussão. Para embasar conceitualmente o trabalho e definir o significado de fã, *fandom* e jogo, foram usados autores como Henry Jenkins, Pierre Lévy, Johan Huizinga, Matt Hills, entre outros. O objeto estudado é a comunidade do jogo *Cities: Skylines*, um simulador de cidades lançado em março de 2015. O meio utilizado para a análise é a Steam, maior plataforma de distribuição de jogos de computador do mundo, onde foi realizada uma observação *online* do objeto em estudo. Para complementar a análise e responder aos objetivos da monografia, também foi aplicado um questionário *online*.

**Palavras-chave:** *Cities: Skylines*, jogo, fã, *modding*, simulador de cidades

## ABSTRACT

*This study aims to develop an analysis of several types of fan production for electronic games, such as mods production – files created by users that modify the original experience of a game - and fictional narratives in discussion forums. To conceptually base the study and to define the meaning of fan, fandom and game, authors such as Henry Jenkins, Pierre Lévy, Johan Huizinga, Matt Hills and others were cited. The object under study is the community of the game Cities: Skylines, a city simulator released in March 2015. The environment used for the analysis was Steam, the biggest platform for computer games distribution, where an online observation of the studied object has been held. To complement the analysis and respond to monograph's objectives, an online questionnaire has been applied as well.*

**Keywords:** *Cities: Skylines, game, fan, modding, city simulator*

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Lista dos jogos de computador mais jogados do mundo (Setembro/2015) .....	21
Figura 2 - Página da loja de <i>Cities: Skylines</i> .....	34
Figura 3 - Página da Central da Comunidade.....	35
Figura 4 - Página da Oficina.....	38
Figura 5 - Página padrão de apresentação de um <i>mod</i> .....	43
Figura 6 – Exemplo de conteúdo disponível na aba "Artes" na Central da Comunidade. ....	46
Figura 7 - Exemplo de conteúdo disponível na aba "Vídeos" na Central da Comunidade. ....	47
Figura 8 - Nave Estrela da Morte de <i>Star Wars</i> (esquerda) e sua recriação em <i>Cities: Skylines</i> (direita) .....	55
Figura 9 - Estação de trem do jogo <i>Anno 2205</i> (em cima) e sua recriação em <i>Cities: Skylines</i> (embaixo).....	56
Figura 10 - Página da Oficina do mod Flight Simulator .....	57
Figura 11 - Rotatória de boas-vindas aos refugiados em <i>Cities: Skylines</i> .....	58
Figura 12 - Integração de <i>mods</i> .....	59
Figura 13 - Calçada da Fama dos <i>Modders</i> .....	60
Figura 14 - <i>Network Extensions</i> .....	61
Figura 15 - Patreon de Bryan Shannon.....	62



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Quantificação dos <i>mods</i> em <i>Cities: Skylines</i> .....	40
---	----

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 - Distribuição dos respondentes do questionário por faixa etária .....	54
--	----

## SUMÁRIO

<b>Introdução</b>	<b>11</b>
<b>1 Fãs, fãdons, modders e gamers</b>	<b>14</b>
1.1 Conceituando fã e <i>fandom</i>	14
1.2 Produção tradicional de fã	15
1.3 Produção de fã na comunidade <i>gamer</i>	17
1.4 O poder dos <i>mods</i>	19
<b>2 Do <i>Homo Sapiens</i> ao <i>Homo Ludens</i></b>	<b>23</b>
2.1 Conceituando jogo	23
2.2 Gêneros, jogos eletrônicos e simuladores	24
2.3 A história dos jogos de simulação de cidades	25
2.4 O fã como produtor e modificador	27
2.5 Aprendendo a jogar <i>Cities: Skylines</i>	29
2.6 Um milhão de prefeitos virtuais	31
2.7 A Oficina de <i>mods</i> na Steam	32
<b>3 Metodologia, categorização e coleta de dados</b>	<b>33</b>
3.1 Página da loja de <i>Cities: Skylines</i>	33
3.2 Central da Comunidade	34
3.3 Produção de conteúdo para dentro do jogo	37
3.4 Produção de conteúdo para fora do jogo	43
3.5 Metodologia da coleta de dados	44
3.6 Estrutura do questionário <i>online</i>	47
<b>4 Análise final da observação e do questionário</b>	<b>49</b>
4.1 Análise do questionário <i>online</i>	49
4.2 Observação <i>online</i> da comunidade	54
<b>5 Considerações Finais</b>	<b>63</b>
<b>Referências Bibliográficas</b>	<b>66</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>68</b>

## INTRODUÇÃO

O universo dos jogos de simulação sempre ofereceu espaço para experimentação e fantasia: pilotar um avião sem sair de casa, brincar de Deus comandando seres virtuais ou administrar metrópoles virtuais. Aos poucos esses jogos formaram comunidades de fãs para troca de ideias, estratégias de jogo e histórias. Entretanto, no momento em que essa comunidade consegue acesso aos meios de produção, ela passa a modificar sua experiência de jogo. Se o fã não está satisfeito com algum aspecto do jogo, com as ferramentas certas e a ajuda da comunidade, ele pode arrumar esse problema e ainda compartilhar seus resultados. Um outro fã pode pegar esse resultado e modifica-lo ainda mais ou juntar com outro e criar algo totalmente novo. Assim como é possível criar novas narrativas com base em histórias de sucesso do cinema e da literatura, as chamadas *fan fics*, é possível criar novos jogos com base em outros, processo que é chamado de *modding*. Vários jogos de sucesso, atualmente, nasceram como pequenas modificações de outros jogos.

Esta monografia nasceu da inquietação do pesquisador com relação a esse movimento de produção de fã e do envolvimento pessoal em comunidades de jogos eletrônicos de simulação. A cultura do *modding* ganha cada vez mais relevância na indústria dos *games* ao ponto que algumas desenvolvedoras projetam seus jogos para serem modificados pelos fãs. Sendo assim, o problema de pesquisa é analisar a produção dos fãs no âmbito dos jogos eletrônicos, mais especificamente do jogo *Cities: Skylines*, objeto de estudo deste trabalho. O jogo foi escolhido por ter sido lançado no momento de concepção do projeto da monografia e por oferecer as ferramentas certas para estudar esse movimento: abertura a modificações e comunidade ativa. Além disso, o jogo se apresenta como um objeto curioso por ser jogado individualmente (não há interações entre jogadores dentro do jogo), mas possuir uma comunidade que produz e consome conteúdo coletivamente fora do jogo.

Como objetivo geral pretende-se analisar as diferentes formas de produção de conteúdo na comunidade do jogo *Cities: Skylines*. Dos objetivos específicos temos (a) entender o funcionamento dessas comunidades e as relações entre fãs, jogo e produtora, (b) estudar o impacto dessa produção na experiência do jogo e (c) investigar as motivações que levam esses jogadores a construir conteúdo coletivamente num jogo que é jogado individualmente e sem interações com outros jogadores. Como eles se articulam para produzir seu próprio conteúdo, usando as ferramentas disponíveis no jogo e fora dele? Como se articula o capital afetivo desse jogador que produz sem ganho financeiro, gastando seu tempo e recursos próprios? Também

consideramos, apesar de não nos aprofundarmos por não responder aos objetivos desse trabalho, o posicionamento da produtora sobre a comunidade de fãs e como ela mesma adapta o jogo com base nessa produção.

Para responder ao problema de pesquisa, foi feita uma observação *online* da comunidade de *Cities: Skylines* na Steam, plataforma escolhida por ser a mais usada atualmente em jogos de computador e porque o objeto possui integração com ela, onde a diversificada produção dos jogadores pode ser analisada. Além disso, um questionário *online* foi aplicado para entender além do que a observação da comunidade oferecia, a fim de responder aos objetivos propostos.

Pouco se olha para a produção dos fãs nos *videogames* em comparação com as *fan fics* baseadas em filmes ou livros de sucesso, sendo isso, também, um motivo para a elaboração desta pesquisa. A disponibilidade de material é ampla, pois houve boa cobertura pela imprensa especializada e pelo próprio número de jogadores. O assunto também se encaixa em um momento de discussão na comunidade *gamer* sobre a abertura (ou não) dos jogos para modificação e sobre a monetização dessa produção dos fãs. Ambos assuntos polêmicos que envolvem diversos interesses, principalmente financeiros, de desenvolvedoras dos jogos, investidores, ações de marketing e *branding*, e da própria comunidade de fãs.

No que tange a relação do trabalho com comunicação social, o jogo eletrônico, no mundo contemporâneo, é uma forma de expressão artística e cultural. *Videogames* já são considerados a décima arte<sup>1</sup> e cada vez mais essa indústria ganha espaço na vida das pessoas e na mídia. No ano de 2015, segundo projeções, a indústria dos *games* deve faturar cerca de US\$ 74,2 bilhões no mundo<sup>2</sup>, ultrapassando as indústrias do cinema e da música somadas<sup>3</sup>. Por integrar diversas mídias e plataformas – imagem em movimento, interação *online*, som, cultura participativa, etc – os jogos eletrônicos são um objeto de estudo tão importante e relevante quanto os meios tradicionais de comunicação (rádio, televisão e impresso).

A monografia foi estruturada em cinco capítulos. No primeiro serão definidos os conceitos de fã e *fandom* e seus contextos históricos. Serão elencados os tipos de produção desses fãs, com destaque para os *mods* e sua importância no cenário atual dos *games*. O segundo

---

<sup>1</sup> Segundo o ‘Manifesto das Sete Artes’, escrito pelo intelectual italiano Ricciotto Canudo, existiam sete tipos de belas-artes, sendo elas: 1ª Arte - Música (som); 2ª Arte - Dança/Coreografia (movimento); 3ª Arte - Pintura (cor); 4ª Arte - Escultura/Arquitetura (volume); 5ª Arte - Teatro (representação); 6ª Arte - Literatura (palavra); 7ª Arte – Cinema. Posteriormente foram adicionadas mais quatro: 8ª Arte - Fotografia (imagem); 9ª Arte - Quadrinhos (cor, palavra, imagem); 10ª Arte - Vídeo *Games*; 11ª Arte - Arte digital.

<sup>2</sup> Acessado em 22/11/2015: <http://blogs.estadao.com.br/modo-arcade/industria-de-games-deve-faturar-us-742-bilhoes-em-2015/>

<sup>3</sup> Acessado em 22/11/2015: <http://g1.globo.com/sp/sao-carlos-regiao/jornal-da-eptv/videos/v/industria-mundial-dos-games-superou-faturamento-do-mercado-de-musica-e-cinema-juntos/3975162/>

capítulo vai abordar conceitos de jogo, jogo eletrônico e seu papel na sociedade. Será traçado um histórico dos jogos simuladores de cidades, os *city-builders*, desde o primeiro *SimCity*, precursor do gênero, até *Cities: Skylines*, foco do trabalho. Também será descrito como o jogo funciona e como os jogadores se apropriam das ferramentas disponíveis para modificá-lo. O terceiro capítulo apresenta o aporte metodológico do trabalho, mostrando a categorização da produção dos fãs e como ocorreu a coleta dos dados para a observação *online* da comunidade e a criação do questionário *online*. O quarto capítulo se dedica a analisar toda a informação coletada, relacionando com os conceitos apresentados, a fim de responder o problema de pesquisa. O último capítulo traz as conclusões e as reflexões do pesquisador sobre o tema estudado e ainda apresenta um panorama para o futuro dos jogos de simulação.

# 1 FÃS, FANDONS, MODDERS E GAMERS<sup>4</sup>

## 1.1 Conceituando fã e *fandom*

Em *Textual Poachers* (2013b, documento eletrônico), Henry Jenkins relata o surgimento do conceito de fã, cuja palavra é uma abreviação de “fanático” que deriva do Latim, “*fanaticus*”. Seu significado era, literalmente, “pertencente e servidor de um templo, devoto”, uma palavra que carregava significado religioso e político, que ganhou uma conotação pejorativa caracterizando pessoas que cultuavam ou eram devotas em excesso de algo. A primeira vez que a forma abreviada “fã” apareceu data do final do século XIX, em relatos jornalísticos que descreviam pessoas que eram amantes de esportes, em especial o beisebol, em um momento em que os esportes passam de uma atividade praticada a uma a ser, também, apreciada. Entretanto, “fã” logo ganhou usos mais genéricos, caracterizando qualquer pessoa que fosse devota ou amante de algum produto cultural como esportes, produtos midiáticos, marcas, celebridades etc. Ainda hoje a palavra pode remeter a uma conotação negativa, quase sempre relacionada com fanatismo em excesso, devoção irracional ou desvio comportamental do padrão normativo.

Um conjunto de fãs forma uma comunidade ou *fandom*, que Jenkins (2010) caracteriza como uma “organização social e uma prática cultural criadas pelos mais apaixonadamente engajados consumidores de propriedades midiáticas de massa”. Não há consenso para o surgimento e o significado da palavra *fandom*, mas um dos mais populares é que ela deriva da palavra *kingdom* (reinado), que vem de *king domain* (domínio do rei), portanto *fandom* seria o *fan domain* (domínio do fã). Matt Hills (2005, documento eletrônico) define o *fandom* como uma comunidade altamente articulada, em que seus pertencentes dão novos significados e interpretações a textos midiáticos, além de participar de atividades comunais, não sendo, portanto, “socialmente isolados”. Essas comunidades existem há muito tempo e normalmente surgem a partir de um grande interesse por um produto cultural como um filme, um livro, um jogo, uma celebridade, etc.

As primeiras comunidades de leitores têm suas origens no século XIX (JENKINS, 2013b, documento eletrônico). Pouco antes da era digital e da popularização da internet, uma das únicas formas de fãs discutirem e trocarem referências era se reunindo presencialmente. A produção se materializava em diversos formatos como revistas, *fanzines*, colagens, textos e outras formas amadoras, sendo passada de fã para fã, concretizada em objetos que eram físicos

---

<sup>4</sup> Tradução do autor: jogador de *videogame*.

e, por limitações geográficas, as comunidades se organizavam localmente, geralmente articuladas em eventos e feiras. (HELLEKSON; BUSSE, 2006, p.22).

Com a popularização da internet no início dos anos 1990, essas barreiras diminuíram. Hoje uma pessoa só precisa de um computador com acesso à internet para poder ter acesso a milhões de conteúdos produzidos por fãs do mundo todo, em sua maior parte, com acesso gratuito. Os repositórios de produções de fãs, chamados arquivos, sejam eles textos, imagens, vídeos, etc, são em sua maior parte digitais, o que facilita sua cópia e reprodução indefinidas. A comunicação proposta pela web é de um para muitos, ampliando o alcance da produção desses fãs, não mais restrita geograficamente. Jenkins caracteriza essas novas comunidades *online* como afiliações voluntárias, estratégicas e temporárias.

Porque são voluntárias, pessoas não permanecem em comunidades que não mais vão de encontro com suas necessidades intelectuais ou emocionais. Porque são temporárias essas comunidades formam-se e somem com relativa flexibilidade. Porque são estratégicas elas tendem a não durar além das tarefas que as põem em movimento (JENKINS, 2006a, p.57).<sup>5</sup>

O fã de que estamos falando é um indivíduo que busca consumir ativamente, criticamente e entusiasticamente um produto midiático, em oposição a um consumidor casual (CAPASSO, 2014, p.25). Esse fã não só consome, ele produz, transforma, expande, aprofunda e reflete sobre o produto. “Para o fã, o consumo naturalmente inspira produção, leitura gera escrita, até que esses termos pareçam logicamente inseparáveis” (JENKINS, 2006b, p.41). O fã não entende o produto original como um fim, e sim como um começo. A ideia de uma versão definitiva produzida por um conglomerado da mídia é rejeitada. Ele acredita na participação e na construção colaborativa da propriedade intelectual, seja recontando uma história, buscando novos significados ou atraindo outros públicos. (JENKINS, 2006a, p.267).

## 1.2 Produção tradicional de fã

Essa produção de conteúdos feita pelos fãs pode ser categorizada em cinco tipos mais comuns e tradicionais (CURI, 2010):

*Fan art* são desenhos, pinturas ou colagens baseadas em personagens de séries, livros, filmes e revistas em quadrinhos, normalmente colocados em situações diferentes das propostas

---

<sup>5</sup> Tradução do autor: “Because they are voluntary, people do not remain in communities that no longer meet their emotional or intellectual needs. Because they are temporary, these communities form and disband with relative flexibility. Because they are tactical, they tend not to last beyond the tasks that set them in motion.”



por suas tramas originais. É a “(...) representação pictórica da ideia original que um fã tem ao consumir determinado objeto [...]” (CURI, 2010, p.11).

*Fan fiction*, mais conhecida por sua forma abreviada, *fan fic*, é a forma textual de produção dos fãs. São novas histórias baseadas no objeto original, mas que visam explorar outros pontos da trama como algum evento passado, uma proposta de final diferente, o desenvolvimento de algum personagem secundário, a continuação da história para além do final, etc. *Fan fic* é um dos tipos de produção mais populares entre os fãs.

*Fan art* e *fan fic*, antes da internet, circulavam em *fanzines* (revistas feitas por fãs), cartas ou outros periódicos. Na era digital essas produções ganharam *sites* especializados, que são organizados por tipo de mídia como livro, série televisiva, filme, quadrinho, *game*, etc. Dentro de cada mídia, o conteúdo é separado por *fandom* como Harry Potter, Crepúsculo, Jogos Vorazes, *Dragon Age* (Bioware), *Mass Effect* (EA Games), etc. A palavra *fandom* pode se referir tanto ao conjunto global de fãs quanto a núcleos especializados dentro desse mesmo *fandom*, com graus diferentes de especialização, como o *fandom* do casal Harry e Draco, especializado no romance fictício entre os dois personagens, ou o *fandom slasher*, especializado em romances homossexuais.

Outro tipo de produção é o *filking*, “composições musicais feitas por fãs a partir de melodias já existentes ou não” (CURI, 2010, p.12). Essas composições retratam momentos da história ou tentam preencher lacunas que os autores deixaram. Conforme o acesso a programas de mixagem e gravação foi facilitado, a produção dessas composições ficou cada vez mais profissional. Com a popularização do formato de áudio MP3, mais pessoas puderam ter acesso a esse material através de *downloads*.

Da mesma forma que ocorreu com o *filking*, os *fan videos* se tornaram populares com o acesso a programas de edição não linear de vídeo disponíveis na internet. Os fãs gravavam seus programas (seriados ou filmes) preferidos e então mixavam cenas e sons, alterando o produto original. Esses *fan videos* originaram os *fan films*, produções em vídeo mais elaboradas que apenas são possíveis por causa da facilidade de acesso aos meios de produção viabilizada pela internet. Com eles, o fã não precisa se contentar com uma nova história em forma de texto, uma ilustração ou uma música, ele pode ter um filme. “Os *fan films* são a forma mais elaborada que os fãs têm para realizar tudo aquilo que imaginam e criam ao consumir um determinado objeto da indústria oficial” (CURI, 2010, p.12).

### 1.3 Produção de fã na comunidade *gamer*

Essas produções também são encontradas nas comunidades *gamers*. Existem espaços para discussões, troca de informações sobre as melhores táticas, guias para ajudar alguém que esteja com dificuldades em alguma parte de um jogo, espaços para fortalecer laços afetivos entre os fãs, compartilhamento de notícias e de conteúdo midiático, exposição de fotos, vídeos e histórias criadas a partir de um determinado jogo, entre outras.

No âmbito dos *videogames*, é possível elencar três tipos específicos de produção. Bastante popular, o *machinima* (junção das palavras inglesas *machine* e *cinema*) consiste na produção de filmes animados em tempo real usando o ambiente 3D virtual de um jogo. Os primeiros *machinimas* datam do ano de 1996 (Kirschner, 2012), produzidos por fãs do jogo Quake (ID software, 1996) e Quake 2 (ID software, 1997). Eles usavam o próprio sistema do jogo para criar curtas narrativos, explorando falhas no código que permitiam reposicionar câmeras e controlar melhor os personagens. Hoje é comum em alguns jogos haver um certo tipo de controle de câmera e recursos de filmagem, como em *The Sims* (Maxis), *FIFA* (EA Sports), *GTA* (Rockstar Games), etc. A última versão da série *Grand Theft Auto* para computadores, chamada de *GTA V* (Rockstar, 2015), possui um editor de vídeo dentro do próprio jogo<sup>6</sup> que dá ao jogador a possibilidade de gravar vídeos e controlar luz, câmera, posição e animação do personagem, filtros, inserir áudio, entre outros diversos recursos. Os fãs, além de criar e editar vídeos direto pelo sistema do jogo, ainda podem compartilhar suas criações na internet ou na Rockstar Social Club<sup>7</sup>, comunidade da Rockstar, produtora de *GTA*. Lá existe um espaço exclusivo para os jogadores publicarem seus vídeos e uma pequena rede social semelhante ao *Instagram*, o *Snapmatic*<sup>8</sup>, para postagem de fotos feitas na cidade fictícia do jogo, *Los Santos*.

Parecido com o *machinima*, o *live action* é a transposição dos jogos para o mundo real. São vídeos produzidos com pessoas reais simulando um jogo eletrônico. A interface do jogo é reproduzida na tela e o personagem principal da narrativa se comporta como se estivesse dentro do *game*. É como se estivéssemos jogando no mundo real. Entretanto, esse tipo de produção não é exclusividade dos *videogames*, podendo ser relacionada com livros e histórias em quadrinhos.

---

<sup>6</sup> Acessado em 04/11/2015: <http://www.rockstargames.com/videos/video/11269>

<sup>7</sup> Acessado em 04/11/2015: <http://pt.socialclub.rockstargames.com/>

<sup>8</sup> Acessado em 04/11/2015: <http://pt.socialclub.rockstargames.com/games/gtav/pc/snapmatic/> (acessível apenas mediante login).

Atualmente existe até mesmo uma categoria chamada “Melhor Criação de Fã”<sup>9</sup> no *The Game Awards 2015*<sup>10</sup>, premiação anual que celebra a cultura *gamer* distribuindo prêmios para os melhores jogos e produções de fãs através de votação popular. Nesta categoria foram nomeados quatro vídeos feitos por fãs e disponibilizados no *YouTube*, sendo um deles um *machinima* feito com o jogo *GTA V* e um *live action* também baseado em *GTA V*. Outras produções indicadas ainda incluem um vídeo mostrando um cenário construído por um fã dentro do jogo *Portal* (Valve, 2007) e um vídeo com cenas de uma batalha no jogo *Dark Souls* (From Software, 2011).

A segunda produção exclusiva do *fandom* dos *games* é o *modding*, que é normalmente definido como uma “alteração de características de um *videogame* por seus usuários através da manipulação de arquivos e/ou processos que o constituem, resultando em uma experiência diferente da originalmente pretendida por seus desenvolvedores” (CAPASSO, 2014, p.11). *Mod* é a abreviação da palavra “modificação” e entre seus diversos usos, estão a expansão do espaço virtual do jogo, a modificação da jogabilidade através da alteração das regras da simulação, a inserção de novos elementos para fins estéticos (mais conhecidos como *assets*)<sup>11</sup> ou, até mesmo, a criação de novos jogos usando o motor gráfico de um determinado jogo como base. Capasso (2014, p.11) define motor gráfico como:

Conhecido em inglês como “*Game Engine*”, pode ser descrito como o software utilizado como plataforma de construção do jogo. Por meio dele, são combinados os vários elementos que o constituem (gráficos, animações, sons, algoritmos de comportamento e regras do jogo, etc.) a fim de criar o programa executável que será adquirido e jogado pelo jogador.

É válido ressaltar que, em muitos casos, essas modificações são feitas violando os códigos do jogo pelos *modders*, nome dado aos indivíduos que criam *mods*, com conhecimentos mais avançados em programação. Atualmente são poucos jogos que dão liberdade para os jogadores alterarem seu conteúdo, apesar de haver uma tendência de abertura cada vez maior.

O *modding* se difere da produção de fãs dita “tradicional” (*fan fic*, *fan art*, *fan film*, etc) porque altera a estrutura fundamental do produto original. O que torna essa interação mais profunda com os jogos um caso especial é o fato de o fã poder interagir diretamente com a obra original, onde uma ação do jogador provoca uma reação do jogo. *Fan fic* e *fan art* podem alterar a experiência do fã ao consumir o conteúdo original, mas não podem alterar o produto em si.

<sup>9</sup> Tradução do autor: “Best Fan Creation”.

<sup>10</sup> Acessado em 14/11/2015: <http://thegameawards.com/>

<sup>11</sup> Ao longo deste trabalho a palavra *mod* será usada para designar qualquer tipo de modificação feita no jogo, podendo designar tanto *assets* quanto *mods*.

No caso específico dos jogos eletrônicos, por incorporar características de outras mídias, como imagem, som e narrativas, a experiência de geração de conteúdo pelos fãs “(...) está intrinsecamente ligada ao processo que torna o jogador um participante ativo dentro da simulação produzida programaticamente” (CAPASSO, 2014, p.50). Esse usuário é empoderado por três pilares sugeridos por Jenkins (2006) em *Fans, Bloggers and Gamers*:

- a) Fácil acesso a tecnologias de produção e apropriação: com a popularização da internet ficou mais simples adquirir programas modernos de produção como editores de imagem e de vídeo ou modeladores de objetos 3D que as próprias empresas usam.
- b) Cultura do “Faça-Você-Mesmo” cada vez mais forte: em posse de programas de produção, o fã pode refazer partes do jogo que o incomodam ou que não condizem com sua expectativa, pode adicionar novos elementos para aumentar a atratividade do jogo sem precisar esperar pela iniciativa da empresa proprietária do produto.
- c) Favorecimento de um espaço de produção e de consumo horizontal onde ideias, imagens e narrativas fluem livremente entre múltiplas mídias e dispositivos: com o surgimento das comunidades *online*, o fã pode compartilhar suas criações e entrar em contato com outros fãs do jogo, aprender novas técnicas de *modding*, fazer amizades, etc.

#### 1.4 O poder dos *mods*

Para termos dimensão da importância da atividade de *modding* nos jogos eletrônicos, podemos observar a lista dos vinte jogos mais jogados do mundo em setembro de 2015<sup>12</sup> feita pela Raptr (Figura 1), plataforma e comunidade de jogos com mais de 23 milhões de usuários<sup>13</sup>. Dos quatro primeiros colocados, dois nasceram como modificações de outros jogos: *Counter Strike: Global Offensive* (Valve, 2012)<sup>14</sup> e *Dota 2* (Valve, 2013)<sup>15</sup>. A primeira versão de *Dota* foi criada por jogadores como uma modificação baseada em *Warcraft 3* (Blizzard, 2002) no ano de 2003. O *mod* era um mapa dentro do *Warcraft 3* que possuía um modo de jogo, regras e personagens diferentes do jogo original, consistindo em uma batalha entre dois times em que o objetivo final era destruir a base do inimigo. Os times podiam conter até cinco pessoas e cada uma delas escolhia um personagem diferente para jogar, o que resultava em diversas combinações estratégicas que exigiam dos participantes uma articulação conjunta para poder

<sup>12</sup> Acessado em 16/11/2015: <http://caas.raptr.com/most-played-games-september-2015-metal-gear-solid-debuts-guild-wars-2-rises/>

<sup>13</sup> Acessado em 16/11/2015: <http://caas.raptr.com/about-raptr/>

<sup>14</sup> Acessado em 16/11/2015: <http://store.steampowered.com/app/730/>

<sup>15</sup> Acessado em 16/11/2015: <http://store.steampowered.com/app/570/>

vencer. *Dota* fez tanto sucesso na época que acabou ficando mais famoso que o jogo que o originou. Por volta de 2008 e depois de passar por vários aprimoramentos através da participação colaborativa dos fãs em fóruns dedicados, *Dota* foi considerado “um *mod* gratuito de enorme sucesso, baseado em um jogo e criado inteiramente sem suporte de desenvolvedores” (DEAN, 2011)<sup>16</sup>. Graças ao seu sucesso, a Valve, grande empresa desenvolvedora de *games*, comprou os direitos do jogo e lançou uma segunda versão em 2013, que desde então tornou-se um dos jogos mais jogados do mundo e popularizou o gênero MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*)<sup>17</sup>.

Com *Counter-Strike* não foi muito diferente. Criado como um *mod* a partir do jogo *Half-Life* (Valve, 1998), foi um dos responsáveis por popularizar o gênero FPS (*First Person Shooter*)<sup>18</sup> no mundo<sup>19</sup>. Lançado em 2000, o *mod* consistia em um combate *online* armado entre os times dos Terroristas e dos Contra-Terroristas, e foi responsável por atrair milhares de jovens para *lan houses* para jogarem juntos. O sucesso foi tão grande que a Valve também adquiriu os direitos do jogo, lançando novas versões ao longo dos anos. A última foi em 2012, *Counter-Strike: Global Offensive*, que se tornou o segundo jogo mais jogado do mundo em setembro de 2015.

---

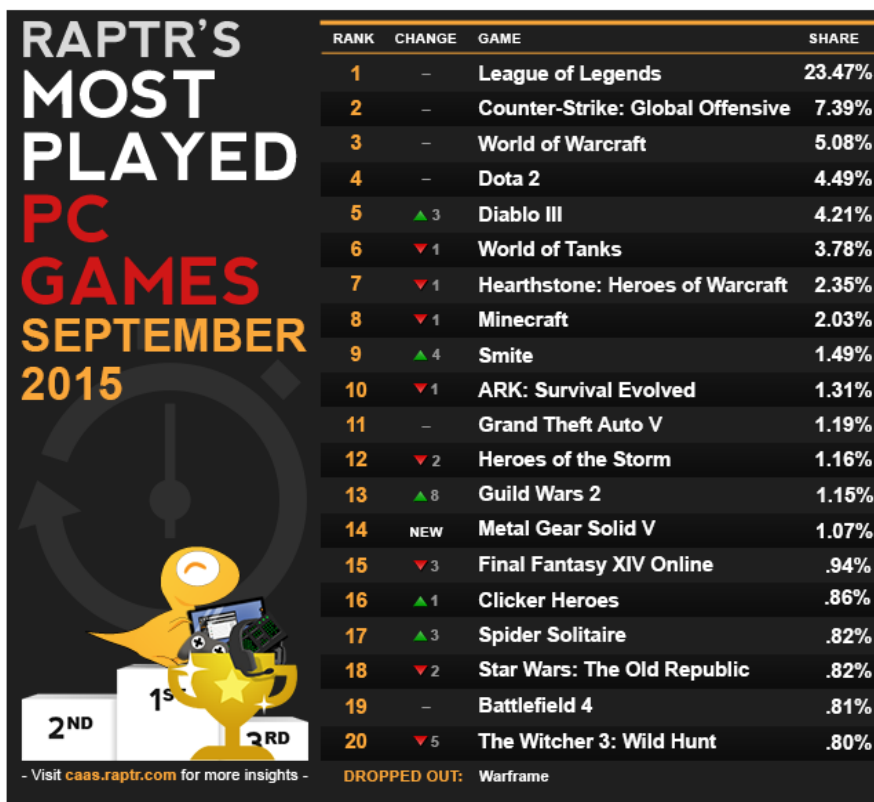
<sup>16</sup> Tradução do autor: “[...] a massively successful free game mod created entirely without developer support.” Acessado em 16/11/2015: <http://www.eurogamer.net/articles/2011-08-16-the-story-of-dota-article>

<sup>17</sup> Tradução do autor: “Batalha em Arena *Online* com Multijogadores”

<sup>18</sup> Tradução do autor: “Tiro em Primeiro Pessoa”

<sup>19</sup> Acessado em 16/11/2015: <http://www.superdownloads.com.br/materias/3131-counter-strike-historia-do-jogo-que-ha-12-anos-conecta-milhoes-de-jogadores-mundo.htm>

Figura 1 – Lista dos jogos de computador mais jogados do mundo (Setembro/2015)



RANK	CHANGE	GAME	SHARE
1	–	League of Legends	23.47%
2	–	Counter-Strike: Global Offensive	7.39%
3	–	World of Warcraft	5.08%
4	–	Dota 2	4.49%
5	▲ 3	Diablo III	4.21%
6	▼ 1	World of Tanks	3.78%
7	▼ 1	Hearthstone: Heroes of Warcraft	2.35%
8	▼ 1	Minecraft	2.03%
9	▲ 4	Smite	1.49%
10	▼ 1	ARK: Survival Evolved	1.31%
11	–	Grand Theft Auto V	1.19%
12	▼ 2	Heroes of the Storm	1.16%
13	▲ 8	Guild Wars 2	1.15%
14	NEW	Metal Gear Solid V	1.07%
15	▼ 3	Final Fantasy XIV Online	.94%
16	▲ 1	Clicker Heroes	.86%
17	▲ 3	Spider Solitaire	.82%
18	▼ 2	Star Wars: The Old Republic	.82%
19	–	Battlefield 4	.81%
20	▼ 5	The Witcher 3: Wild Hunt	.80%

- Visit [caas.raptr.com](http://caas.raptr.com) for more insights -

**DROPPED OUT:** Warframe

FONTE: Raptr (2015)

Além desses dois jogos, podemos ressaltar que *League of Legends* (Riot Games, 2009), o jogo que está no topo dos mais jogados atualmente, foi baseado nos princípios de *Dota*. Por outro lado, alguns *mods* fazem grande sucesso sem necessariamente se tornarem versões avulsas, como *The Forgotten City*<sup>20</sup>. Criado dentro de *The Elder Scrolls 5: Skyrim* (Bethesda, 2011), esse *mod* adiciona uma nova narrativa, novos personagens e um novo mapa em que o jogador pode explorar e participar de missões para chegar ao final da história. Uma trilha sonora exclusiva foi composta para o *mod*, assim como a gravação de mais de 1200 linhas de diálogo com 18 atores de diversas nacionalidades. *The Forgotten City* foi citado em diversos portais sobre *games* pelo mundo como uma obra-prima, por vezes até melhor que o jogo original. Esses exemplos nos ajudam a entender a importância da atividade de *modding* para a indústria dos *games*, pois eles são capazes de criar e popularizar novos gêneros, novos jogos e, mais importante, aumentar a vida útil de um jogo.

No caso de *Skyrim*, lançado em 2011, ou de *GTA IV* (Rockstar, 2008), jogadores que já deixaram de usufruir o jogo ganham um novo motivo para voltar a jogá-lo, perpetuando a

<sup>20</sup> Acessado em: 18/11/2015: <https://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=528616722>

relação com o produto e com a marca. A empresa, por sua vez, tem seu público fidelizado pelo esforço da comunidade de fãs que cria conteúdo gratuitamente e por conta própria. *SimCity 4* (Maxis, 2003) foi lançado em 2003, ganhou uma expansão em 2004 e logo depois foi abandonado pela produtora, que deixou o jogo aberto à modificação. A comunidade praticamente recriou o jogo, adicionando milhares de novos elementos que a produtora nunca teria feito. Por causa disso, *SimCity 4* continuou sendo jogado por cerca dez anos, pois sempre havia algo novo que motivava o jogador a estar sempre jogando, fazendo com que o jogo tornasse referência no gênero dos simuladores de cidade. A comunidade, ainda hoje, continua produzindo novos conteúdos e atraindo jogadores. Com *SimCity* (Maxis, 2013) foi exatamente o contrário, pois o jogo não era aberto ao *modding* e logo a comunidade se revoltou. Um ano depois foi lançado um pacote de expansão que não manteve os jogadores interessados e, meses depois, *Cities: Skylines* foi anunciado com suporte aos *mods*, fazendo com que a última versão de *SimCity* caísse no esquecimento.

Dentro dessa lógica é possível usar os conceitos de Pierre Lévy, em *Inteligência Coletiva* (2004), pois os jogadores se unem para trocar conhecimentos e experiências sobre a produção dos *mods* com o objetivo de produzir modificações cada vez melhores e mais úteis para a comunidade. Para o autor, a inteligência coletiva pode ser caracterizada como “[...] uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” (LÉVY, 2004, documento eletrônico)<sup>21</sup>. É possível, ainda, aplicar os conceitos de “desterritorialização”, também de Lévy (2004), pois os jogadores estão espalhados pelo mundo e suas relações são majoritariamente *online*, através de fóruns e comunidades. Sendo assim, “o mundo virtual está constantemente iluminado e animado pelas chamas de inteligências vivas. Unindo milhares de luzes intermitentes, obtém-se uma iluminação coletiva que nunca deixa de brilhar” (LÉVY, 2004, documento eletrônico)<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> Tradução do autor: “[...] una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias”.

<sup>22</sup> Tradução do autor: “[...] el mundo virtual está incesantemente iluminado y animado por las llamas de inteligencias vivas. Uniendo miles de resplandores intermitentes, se obtiene una luminaria colectiva que brilla siempre”.

## 2 DO HOMO SAPIENS AO HOMO LUDENS

### 2.1 Conceituando jogo

Para definir o significado de “jogo”, foram utilizados os conceitos do livro *Homo Ludens* de Johan Huizinga, historiador holandês e “um dos nomes mais presentes e significativos no campo de estudos sobre *games*, ludicidade e interfaces lúdicas da contemporaneidade” (MASTROCOLA, 2013, p.17). Huizinga defende que jogar é um elemento importante na formação da cultura humana e lista algumas características essenciais presentes em qualquer jogo:

- a) O jogo é uma atividade lúdica, livre e voluntária, portanto não imposta. Jogar perde sentido quando se torna algo obrigatório;
- b) O jogo é uma experiência diferente da “vida real”, pois no universo do jogo as pessoas são diferentes e agem de maneiras diferentes;
- c) Todo jogo deve ser jogado dentro de um conjunto de regras livremente consentidas pelos jogadores. Elas é que determinam o que pode e o que não pode ser feito no espaço do jogo. Além disso, jogos acontecem dentro limites temporais e espaciais e precisam fazer sentido em si próprio, não sendo necessário recorrer a nada externo para entender ou jogar. Por exemplo, um jogo de futebol acontece dentro de um espaço definido, o campo, e dentro de um limite temporal, noventa minutos;
- d) Jogos evocam emoções, incertezas e criam tensão. Se um jogo é muito previsível, perde o apelo, mas ele também não pode ser totalmente aleatório, pois precisa de regras para funcionar satisfatoriamente. Essas características são bastantes presentes em jogos de azar, de terror, de simulação ou em esportes, por exemplo;
- e) Um jogo só tem sentido para quem está imerso nele. Ao jogar um jogo de luta, o jogador se transforma no lutador que deve derrotar seu adversário. Sendo assim, a experiência de jogo é imersiva e relevante para essa pessoa, mas não necessariamente para quem vê de fora.

Com base nos conceitos expostos, é possível resumir e definir jogo como:

O jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da vida quotidiana (Huizinga, 2000, documento eletrônico).



Essas definições levam ao conceito que Huizinga chama de “círculo mágico”, o lugar onde o jogador entra quando experiencia o ato de jogar. “O que os outros fazem, “lá fora”, é coisa de momento não nos importa. Dentro do círculo do jogo, as leis e costumes da vida quotidiana perdem validade” (HUIZINGA, 2000, documento eletrônico). É como se problemas e preocupações fossem deixados de lado e tudo o que mais importa é o jogo. É muito comum, ao jogar um *game*, não perceber o tempo passar ou esquecer do “mundo real”. “A nossa mente tergiversa por mundos diferentes e a sensação do tempo real se hibridiza com o tempo do entretenimento” (MASTROCOLA, 2013, p.21). Isso acontece quando o jogador está imerso no círculo mágico do jogo.

## 2.2 Gêneros, jogos eletrônicos e simuladores

Todas essas definições de jogo também podem ser aplicadas aos jogos eletrônicos, sendo seu diferencial a necessidade de haver um suporte computacional que promova a interação homem-máquina, seja um computador, um console (*videogame*), um *smartphone*, um *tablet* ou qualquer outro dispositivo que possua um sistema operacional capaz de rodar jogos. Os jogos eletrônicos surgiram no final da década de 1950, mas só foram começar a se popularizar anos mais tarde. A partir da produção dos consoles de videogame, que eram baseados em computadores tradicionais, “houve grandes transformações no entendimento do papel do computador e seu lugar na sociedade” (SOUZA, 2014 apud EVANS, 2006, p.42).

Atualmente existem inúmeros gêneros<sup>23</sup> dentro do mundo dos jogos eletrônicos, dos quais os principais são: ação, aventura, estratégia, RPG (*Role Playing Game*)<sup>24</sup>, esporte, corrida, jogo *online* e simulação. Outros gêneros ainda incluem casual, cartas, *puzzle*<sup>25</sup>, plataforma, trívia, etc. Ainda é possível classificar os jogos em outras categorias que levam em conta a jogabilidade (jogo por turno, de luta, de tiro, mundo aberto, primeira pessoa, etc), a forma de produção (jogo social, educacional, independente, *advergame*, etc) ou o tipo de gráfico (texto, vetorial, 2D, 2,5D ou 3D). Essas classificações não são mutuamente excludentes, pois um jogo pode ser definido com uma combinação de várias características, como um jogo casual de estratégia 2D, um RPG *online* ou um jogo de ação em mundo aberto, por exemplo.

Este trabalho vai se deter no gênero de simulação, especificamente nos jogos de simulação e construção de cidades, popularmente conhecidos em inglês como *city-building*

<sup>23</sup> Essas classificações são baseadas em termos técnicos criados pela indústria dos *videogames* e estão catalogadas nesta página:

[https://pt.wikipedia.org/wiki/G%C3%AAneros\\_de\\_jogos\\_eletr%C3%B4nicos](https://pt.wikipedia.org/wiki/G%C3%AAneros_de_jogos_eletr%C3%B4nicos) (acessado em 17/11/2015).

<sup>24</sup> Tradução do autor: “Jogo de Interpretação de Personagem”.

<sup>25</sup> Tradução do autor: “quebra-cabeça”.

*games*. O motivo dessa escolha se deve ao fato de que esse tipo de jogo incentiva a produção dos fãs tanto de conteúdo para dentro do jogo no formato de *mods* ou *assets*, quanto para fora do jogo, no formato de narrativas, uma vez que, por ser um jogo de criação por excelência, ele abre espaço para a criatividade do jogador, que pode construir a cidade que ele quiser com as ferramentas disponíveis e ainda pode modificar esse jogo para atender às suas necessidades criativas e a de outros fãs. A desenvolvedora de um *game* nunca poderá dar conta dos desejos de todos os seus jogadores, mas uma comunidade engajada, com as ferramentas certas, tem o potencial de conseguir inserir o ponto de vista e os desejos de seus participantes na experiência de jogar.

Com base nos conceitos de Clark C. Abt (1974) e Richard F. Barton (1973), podemos definir jogo de simulação como uma “representação simplificada da realidade” (ABT, 1974, p.12) cujo o objetivo é recriar, virtualmente, um mundo que simule lugares, situações ou sistemas reais. Ao contrário dos jogos de outros gêneros que normalmente possuem início, meio e fim em uma narrativa, nos simuladores não existe um fim estabelecido, tão pouco uma narrativa. O jogador pode ficar construindo e administrando a mesma cidade para sempre, se assim o desejar. Não há competição contra a inteligência artificial do jogo e nem contra outro jogador humano. O desafio é superar a própria performance e criatividade. Como não há narrativas, cabe ao jogador preencher esse espaço usando sua criatividade, ponto que será abordado mais adiante.

### 2.3 A história dos jogos de simulação de cidades

O precursor dos jogos de simulação de cidades foi *SimCity* (Maxis, 1989), lançado em 1989. Idealizado pelo desenvolvedor de jogos Will Wright, *SimCity* (junção das palavras *simulation* e *city*) consistia em criar e gerenciar centros urbanos. A interface e os gráficos eram muito simples e a jogabilidade era bastante limitada, mas isso não impediu o jogo de ser um grande sucesso. *SimCity* introduzia o conceito de não possuir fim e de não haver competição, até então muito pouco explorado no mundo dos *games*. O objetivo é construir a melhor cidade possível, mas há infinitas maneiras de se fazer isso, não apenas um caminho previamente programado.

O surgimento de *SimCity* abriu as portas para os mais diversos tipos de jogos de simulação: de vidas em *The Sims* (também criado por Will Wright), de aviação em *Flight Simulator* (Microsoft), de transportes em *Cities in Motion* (Colossal Order) e até mesmo de parques de diversão em *Rollercoaster Tycoon* (Atari) ou de zoológicos em *Zoo Tycoon* (Blue Fang Games), entre muitas outras variações. Atualmente os jogos de simulação integram

sistemas complexos de modificação e gráficos fotorrealistas, o que contribui para a produção de diversos tipos de conteúdo tanto para dentro do próprio jogo quanto para fora nas comunidades virtuais.

A franquia de *SimCity* seguiu com outros lançamentos ao longo dos anos. Conforme a tecnologia evoluía, o jogo também agregava cada vez mais recursos e gráficos melhores. Em 1993 foi lançado *SimCity 2000* (Maxis, 1993), uma versão melhorada do jogo anterior que adicionava, entre outros elementos, a câmera isométrica (maneira de representar ambientes em três dimensões com apenas duas) e o jornal da cidade, um periódico virtual com notícias baseadas nos acontecimentos da metrópole fictícia. Em 1999 *SimCity 3000* (Maxis, 1999) apareceu com gráficos mais realistas, mecânicas aprimoradas e mapas maiores.

Mas foi em 2003, com o lançamento de *SimCity 4*, que o gênero ganhou seu maior expoente. Os gráficos eram os mais realistas até então, o jogo era muito complexo e difícil, o espaço virtual aumentou consideravelmente com a introdução das regiões, que eram formadas por diversos mapas grudados uns nos outros, possibilitando a criação de metrópoles conurbadas e imensas. No entanto, o que realmente fez com que *SimCity 4* se tornasse tão bem-sucedido foi o fato de ser um jogo aberto ao *modding*. Através do software disponibilizado para download pela produtora na época, o *Building Architect Tool* (BAT)<sup>26</sup>, os jogadores puderam ter acesso a uma gama de ferramentas que permitiam a extensa modificação e criação de objetos para o jogo, como casas, prédios, novos tipos de estrada, mapas e novos sistemas de transporte.

Dez anos se passaram até a Maxis resolver lançar a nova versão da franquia. Nesse meio tempo, *SimCity 4* já possuía uma base sólida de fãs, diversos *sites* sobre o jogo espalhados pela internet e milhares de *mods/assets* criados. Simtropolis<sup>27</sup>, a mais famosa comunidade sobre o jogo possui, atualmente, mais de 18500 modificações disponíveis para *download*. Desde 2006 eles lançam DVDs<sup>28</sup>, a intervalos de dois ou três anos, com os melhores conteúdos de modificação criados pela comunidade. A maior parte desse conteúdo já existe no próprio *site*, mas como diferencial, esses DVDs possuem arquivos exclusivos disponíveis apenas para quem adquire o produto. O valor arrecadado com a venda é destinado às despesas de manutenção e estrutura do *site*, também serve como forma de prestigiar os produtores, além de funcionar como uma curadoria de conteúdo selecionando as melhores modificações.

---

<sup>26</sup> Acessado em 06/11/2015: <http://sc4devotion.com/forums/index.php?page=14>. Vale ressaltar que esse *link* pertence a uma comunidade de fãs do jogo, já que a produtora retirou o *download* do programa do ar.

<sup>27</sup> Acessado em 13/11/2015: <http://community.simtropolis.com/>

<sup>28</sup> Acessado em 13/11/2015: <http://community.simtropolis.com/stexcollections/>

Em 2009 surgiu *CitiesXL* (Monte Cristo, 2009), um grande concorrente da franquia que tinha um viés mais construtor do que simulador. O jogo entregava um visual totalmente 3D, gráficos realistas e mecânicas diferenciadas com relação à série *SimCity*. Porém, seus problemas de performance, limitações e a quantidade de *bugs* comprometeram o sucesso do jogo. Outro ponto negativo era o fato de que *CitiesXL* funcionava como um MMOG (*Massive Multiplayer Online Game*)<sup>29</sup> pago por mês. Na teoria era uma proposta interessante: jogadores criavam cidades dentro de um planeta e trocavam recursos com outros jogadores, tudo *online* e conectado; mas na prática o sistema não funcionava como pretendido e o valor da mensalidade foi considerado alto demais. O jogo foi bastante criticado e levou sua produtora, Monte Cristo, à falência no ano seguinte. Os direitos da série foram comprados pela Focus Home Interactive que se encarregou de lançar quatro versões aprimoradas do jogo nos anos seguintes (*CitiesXL 2011*, *CitiesXL 2012*, *CitiesXL Platinum* e *CitiesXXL*), todas sem o modo *online* e com ferramentas de *modding*. A partir da adição dessas ferramentas é que o jogo ganhou mais fãs. A franquia tem sucesso até hoje e possui uma comunidade bastante engajada e com produção de *mods* e *assets*, mas nunca chegou a alcançar o sucesso de seu principal concorrente.

Em 2013, a Maxis colocou no mercado a mais recente versão da série *SimCity* (Maxis, 2013). O jogo levava apenas o nome da série, sem números ou letras, indicando uma renovação da franquia, onde alguns elementos de jogo que sempre estiveram presentes, não estariam mais. Porém, sua recepção foi bastante negativa. Pela primeira vez o jogo apresentava a possibilidade de ser jogado *online* por até 16 jogadores no mesmo mapa. No entanto, problemas de performance nos servidores da empresa aliado a diversas limitações que esse modelo impôs levaram o jogo a um fracasso de crítica e de público, apesar da grande campanha de marketing e da longa espera dos fãs<sup>30</sup>.

#### 2.4 O fã como produtor e modificador

Um dos principais motivos para o fracasso da versão de 2013 foi, justamente, a falta de ferramentas e de possibilidades para modificar o jogo. O grande chamariz desse gênero é justamente a possibilidade de criar quase sem limites dentro dos limites do jogo. Então é natural que o jogador queira ir além do que é oferecido, pois aquele conteúdo inicial básico logo se esgota em suas possibilidades.

---

<sup>29</sup> Tradução do autor: “Jogo *Online* Massivo de Multijogadores”

<sup>30</sup> Acessado em 16/12/2015: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/03/simcity-enfrenta-serios-problemas-em-conturbado-lancamento.html>

O fã não consome passivamente, ele também produz e modifica esse produto. Jenkins, em seu livro *Spreadable Media* (2013), possui uma citação de Shirky (2005) que exemplifica esse movimento: “Cada vez que um novo consumidor se junta a este cenário da mídia, um novo produtor também se junta, pois o mesmo equipamento - telefones, computadores - permite consumir e produzir” (SHIRKY, 2005 apud JENKINS, 2013b, p. 153)<sup>31</sup>.

Com a popularização das ferramentas de produção e da internet, nunca foi tão fácil produzir e compartilhar conteúdo. No mundo dos *games*, essa facilidade de acesso permitiu que os próprios jogadores criassem conteúdos para seus jogos preferidos, sendo que o principal exemplo desse tipo de conteúdo são os *mods*. A maioria dos bons e mais bens sucedidos jogos de simulação possuem alguma abertura para modificação. Nesse contexto é que temos o surgimento de *Cities: Skylines* (Colossal Order, 2015) como destaque atual entre os *games* do gênero, pois foi pensado, desde o início, para ser modificado pelos jogadores<sup>32</sup>. Não chega a ser um conceito de código-aberto, o que possibilitaria a modificação de qualquer parte do software, a produtora ainda detém acesso ao núcleo do jogo, podendo a comunidade modificar apenas algumas partes do jogo, mas não suas mecânicas mais complexas. No entanto, ainda é possível criar muita coisa nova em cima das possibilidades oferecidas.

Ao contrário da última versão de *SimCity*, *Cities: Skylines* foi feito para ser jogado totalmente *offline*, mostrando que a produtora aprendeu com os erros dos concorrentes no passado. Não há interações *online* dentro do jogo entre os jogadores, apenas fora dele nos fóruns de discussão. Em sua página oficial<sup>33</sup> existe uma descrição que podemos usar para ter ideia de como o jogo é apresentado:

*Cities: Skylines* é uma versão moderna da clássica simulação de cidades. O jogo apresenta novos elementos de jogabilidade para concretizar a emoção e as dificuldades de criar uma cidade real ao mesmo tempo que expande algumas mecânicas bem estabelecidas do gênero. Dos criadores da franquia *Cities In Motion*, o jogo possui um sistema de transporte completo. Também inclui a habilidade de modificar o jogo para combinar com o estilo do jogador como uma forma de equilíbrio para a complexa e desafiadora simulação. A sua única limitação é a imaginação, então, assuma o controle e rumo ao céu!<sup>34</sup>

<sup>31</sup> Tradução do autor. “Every time a new consumer joins this media landscape, a new producer joins as well because the same equipment — phones, computers — lets you consume and produce.”

<sup>32</sup> Acessado em 16/09/2015: <http://www.pcgamer.com/cities-skylines-devs-give-commitment-to-modding-support/>

<sup>33</sup> Acessado em 06/11/2015: <http://www.citiesskylines.com/>

<sup>34</sup> Tradução do autor: “Cities: Skylines is a modern take on the classic city simulation. The game introduces new game play elements to realize the thrill and hardships of creating and maintaining a real city whilst expanding on some well-established tropes of the city building experience. From the makers of the Cities in Motion franchise, the game boasts a fully realized transport system. It also includes the ability to mod the game to suit your play style as a fine counter balance to the layered and challenging simulation. You’re only limited by your imagination, so take control and reach for the sky!”

## 2.5 Aprendendo a jogar *Cities: Skylines*

Em *Cities: Skylines*, o jogador pode escolher um mapa e nele começar a construir uma cidade virtual que simula seus diversos sistemas, entre eles o financeiro, de trânsito, de segurança, de saúde, de educação, de transporte público, etc. Cada mapa é composto por uma área não-jogável, ou seja, ela está ali apenas para complementar o espaço do jogo e não pode ser usada pelo jogador; e a área jogável, composta por 25 terrenos quadrados de aproximadamente 4km<sup>2</sup>, onde o jogador pode efetivamente jogar.

Entretanto, 24 terrenos estão bloqueados. O jogador começa em um deles, já previamente definido por quem criou o mapa, e deve construir e evoluir uma cidade para poder desbloquear os outros terrenos. Assim que um dado objetivo for cumprido, como um número “x” de habitantes, por exemplo, o jogo libera um terreno adjacente para a compra. Isso se repete até a compra do nono terreno, que é a quantidade máxima que a produtora julga como ideal para que o jogo funcione bem em qualquer computador que tenha os requisitos mínimos para rodá-lo. A comunidade, não satisfeita com essa limitação, conseguiu, na semana de lançamento de *Cities: Skylines*, criar um *mod* que liberava todos os 25 terrenos para serem usados. O espaço para construir a cidade aumenta consideravelmente, ampliando as possibilidades e mostrando, desde o início, que o jogo tem grande potencial de modificação.

Após a escolha do mapa, o jogador precisa começar a construir a cidade. O primeiro passo é criar ruas e conectá-las ao sistema de autoestradas da região. Todo e qualquer mapa precisa ter pelo menos uma rodovia ligando suas bordas com os terrenos onde a cidade pode ser construída, simulando as conexões que metrópoles reais tem com o mundo, afinal, cidades dependem umas das outras. Além de rodovias, é possível se conectar com o mundo através de ferrovias, rotas aéreas e marítimas. Feito isso, o jogador pode começar a criar os espaços onde os habitantes vão morar, comprar, se divertir, trabalhar, etc.

Existem três tipos de zonas no jogo: residencial, onde as pessoas moram; comercial, onde elas trabalham e fazem compras; industrial, onde elas trabalham e onde são extraídas matérias-primas e produzidos produtos para o consumo. Essas três zonas são dependentes umas das outras. Sem pessoas, indústria e comércio não funcionam. Sem indústria, o comércio não tem produtos para vender. Sem comércio, as indústrias não têm como distribuir o que é produzido, e assim por diante.

Um ponto importante do sistema do jogo são os serviços. Para que a população fique feliz e a cidade funcione perfeitamente, o prefeito precisa garantir acesso a serviços básicos, assim como na realidade. Isso é feito através da construção de escolas, universidades, hospitais, delegacias de polícia, bombeiros e cemitérios. Cidadãos doentes não podem trabalhar e morrem

mais cedo, prejudicando a economia da cidade. Cidadãos com baixo nível de escolaridade não podem ocupar as vagas de trabalho que exigem níveis mais altos. Para que os habitantes não fiquem entediados, é preciso disponibilizar espaços para o lazer. Isso é feito através de parques, quadras de esporte, marinas, museus, monumentos, etc. Esses espaços, assim como o comércio, atraem turistas que vêm visitar a cidade por meio das conexões externas feitas por aeroportos, portos e estações de trem, se a cidade os possuir.

Como em qualquer metrópole, o transporte tem a função central de fazer o sistema andar. Os habitantes precisam chegar no trabalho e nos espaços de lazer, assim como os bens produzidos nas indústrias precisam chegar no comércio para serem vendidos. *Cities: Skylines* oferece cinco modais de transporte: rodoviário (ônibus), metroviário (metrô), ferroviário (trem), marítimo (navio) e aéreo (avião). Esses modais são divididos entre externos (conectam a cidade com o mundo) e internos (servem como transporte público dentro da cidade). Ônibus e metrô são apenas internos para transportar as pessoas dentro da cidade. Aviões e navios são apenas externos, servem para transportar pessoas de dentro para fora da cidade ou vice-versa, assim como para trazer turistas. Trens são híbridos, servindo tanto para transporte interno quanto externo. Os sistemas rodoviário, ferroviário e marítimo servem como meio de transporte de cargas pelas indústrias. Quando elas não produzem o suficiente ou produzem mais do que o necessário, é preciso importar ou exportar bens e matérias-primas, que vão transitar em caminhões nas rodovias, em trens de carga ou em navios cargueiros.

Outro recurso importante, e até então inédito nos jogos do gênero, é o sistema de distritos e políticas. Os distritos funcionam como bairros de uma cidade real, onde o jogador pode demarcar uma determinada área e nomeá-la. Dentro de cada distrito, é possível aplicar políticas que visam controlar certos aspectos da cidade e diferenciar um distrito do outro. É possível implementar diversos tipos de políticas como: reduzir o consumo de água e de eletricidade, liberar o consumo de entorpecentes, aumentar o valor dos terrenos para atrair pessoas mais ricas, proibir a construção de arranha-céus, diminuir impostos de uma determinada zona para incentivar seu crescimento, etc. Cada política tem efeitos e consequências, por exemplo, a política que libera o uso de entorpecentes tem como consequência a diminuição da criminalidade e o aumento da felicidade das pessoas. A política que aumenta a eficiência do sistema educacional diminui a quantidade de lixo produzido pelos cidadãos e diminui a criminalidade, partindo do princípio que pessoas com mais educação têm mais consciência quanto a produção de lixo e tendem a não se voltar para o lado do crime. Essas políticas são criadas e definidas pela produtora do jogo e, atualmente, é um dos poucos sistemas que não podem ser modificados pelos jogadores.

É interessante notar o fato de que, como é um jogo que simula uma “cidade real”, *Skylines* também acaba por simular a nossa “sociedade real” em suas mecânicas de jogo. Quando o acesso à educação é baixo, as taxas de criminalidade tendem a aumentar, pessoas ficam infelizes morando próximas a locais muito poluídos ou barulhentos, bairros mais ricos são os mais valorizados porque possuem mais parques, monumentos, serviços, transporte, etc. Além disso, a produtora achou um jeito de incorporar o mundo real ao jogo de maneira ainda mais criativa e útil para o usuário. Se nas versões mais antigas de *SimCity* existia um jornal local que apresentava notícias em forma de texto sobre a cidade e deixava o prefeito (no caso, o jogador) à par do que acontecia, em *Cities: Skylines* esse sistema foi remodelado para remeter às redes sociais digitais. Dentro do jogo existe um botão no formato de um pássaro azul chamado *Chirpy*, que funciona como uma rede social, fazendo analogia direta ao Twitter. Nele os moradores da cidade postam textos curtos quando algo está errado ou está indo bem.

Isso ajuda a indicar problemas que o prefeito pode ter deixado passar, afinal, ao jogar um simulador de cidades, o jogador lida com muitas escolhas e variáveis ao mesmo tempo. “Os jogadores assumem papéis realistas, enfrentam problemas, formulam estratégias, tomam decisões, e obtêm rápida informação sobre as consequências de sua ação” (Abt, 1974, p. 12). Esses *tweets* ainda apresentam o uso de *hashtags*<sup>35</sup> (#sustentabilidade, #faltadeágua, #semluz, etc) e sistema de menções dos serviços da cidade (@prefeito, @delegaciadepolicia, @bombeiros, etc). É importante ressaltar que essas mensagens têm como finalidade apenas entreter e informar o jogador do que acontece na cidade, não havendo nenhuma conexão com as redes sociais digitais externas ao jogo e nem a possibilidade de as mensagens serem alteradas pelos usuários.

## 2.6 Um milhão de prefeitos virtuais

Como produto cultural, *Cities: Skylines* possui fãs. Desde seu anúncio, no final de 2014, e com a promessa de ser um substituto do já datado *SimCity*, diversas comunidades se formaram em torno de um jogo que ainda não conheciam. *Cities: Skylines* foi lançado digitalmente no dia 10 de março de 2015 na Steam<sup>36</sup>, maior e mais popular plataforma de distribuição de jogos eletrônicos do mundo, com cerca de 125 milhões de usuários ativos por mês<sup>37</sup>. Pouco mais de

<sup>35</sup> *Hashtag* é uma palavra-chave que vem após o sinal de cerquilha (#), usada para identificar assuntos de forma indexável por mecanismos de busca, criando *hiperlinks* clicáveis para os usuários.

<sup>36</sup> Acessado em 06/11/2015: <http://store.steampowered.com/>

<sup>37</sup> Dados de janeiro de 2015. Acessado em 03/09/2015: <http://www.purebreak.com.br/noticias/steam-alcanca-125-milhoes-de-jogadores-ativos-e-a-plataforma-mais-popular-de-jogos-para-pc/11777>



um mês após o lançamento, *Skylines* alcançou um milhão de cópias vendidas, um marco para um jogo produzido por uma empresa pequena e que fez pouco marketing.

No dia 24 de setembro foi lançada a primeira expansão paga de *Cities: Skylines*, chamada *After Dark*<sup>38</sup>. A expansão de um jogo tem como objetivo adicionar novos elementos, sistemas, mais complexidade, correção de problemas, etc e é totalmente dependente do jogo-base, ou seja, não é possível jogar a expansão como um produto avulso. *After Dark*, como sugere o nome, tem como principal novo recurso a adição de elementos que aproveitam o ciclo dia/noite distribuído para todos os jogadores através de uma atualização gratuita lançada no mesmo dia. A produtora lança atualizações gratuitas de conteúdo e de correção periodicamente para todos os usuários, normalmente adicionando novas funcionalidades, mais variedade de construções e correções de *bugs*. Eventualmente serão lançadas expansões pela produtora, um tipo de conteúdo mais robusto que os *modders* não tem como produzir pois não tem acesso total aos códigos do *game*.

## 2.7 A Oficina de *mods* na Steam

Na Steam existe um espaço chamado de Oficina (em inglês, *Steam Workshop*) e funciona como uma loja virtual onde todas as modificações, sejam elas *mods* ou *assets*, produzidas pelos fãs são disponibilizadas. As mais baixadas ou mais bem classificadas ganham destaque e aparecem na primeira página. Em apenas um mês de vida, o jogo já possuía mais de trinta mil modificações criadas pelos usuários. É possível criar novos prédios, mapas, veículos, tipos de estradas e até mesmo modificações na simulação e na inteligência artificial do jogo, mudando o comportamento dos habitantes da cidade ou dos veículos nas estradas, por exemplo.

Alguns *mods* podem desestabilizar o jogo por modificar algumas linhas de código importantes. Quando dois ou mais *mods* utilizam um mesmo trecho do código, ocorre um conflito, que normalmente resulta na não-inicialização correta do *game* ou no corrompimento de alguma cidade, impossibilitando o jogador de carregá-la. Como a produtora periodicamente lança pacotes de correção e de novos conteúdos, ela precisa ter cuidado ao atualizar esses códigos, pois pode acabar inutilizando *mods* importantes. Quando o pacote 1.1.0 foi lançado, várias adições foram feitas pela produtora, fazendo com que muitos *mods* parassem de funcionar por causa de conflitos no código. Eles fizeram questão de frisar esse problema e tentar resolvê-lo conjuntamente com os *modders*, como podemos ver pela citação abaixo retirada do

---

<sup>38</sup> Tradução do autor. “No Cair da Noite”: <http://store.steampowered.com/app/369150/>

anúncio do pacote de correções<sup>39</sup>. Esse episódio mostra como a produção da comunidade é respeitada e valorizada pela produtora, que precisa se adequar aos *mods* mais populares porque sabe que os jogadores dependem disso para continuar tendo a experiência de jogo ideal.

Muitos *mods* e (alguns) *assets* personalizados não vão funcionar com a atualização 1.1.0 e precisarão ser atualizados por seus autores. Temos trabalhado duro para causar o mínimo de conflitos possível com *mods* populares, mas esta é uma atualização substancial e, com a mudança no código e na funcionalidade, alguns problemas têm sido impossíveis de evitar. Daqui para frente pretendemos encontrar uma solução onde possamos trabalhar com nossos principais *modders* antes de lançar as atualizações, a fim de que eles tenham tempo suficiente para ajustar suas criações antes que o público tenha acesso.<sup>40</sup>

### 3 METODOLOGIA, CATEGORIZAÇÃO E COLETA DE DADOS

Este capítulo se deterá em analisar a comunidade *online* do jogo *Cities: Skylines* e suas formas de produção.

#### 3.1 Página da loja de *Cities: Skylines*

Primeiro iniciaremos observando a página da loja<sup>41</sup> (Figura 2) onde o *game* é exposto, como se fosse uma vitrine *online*. Nela é possível entender do que se trata o jogo, ver fotos e vídeos, notícias e atualizações recentes, requisitos de sistema necessários, jogos similares e a possibilidade de comprar o jogo. No fim da página encontra-se o espaço para as análises feitas pelos jogadores reservado a qualquer pessoa que adquira um jogo na Steam para que possa escrever sua análise, espécie de pequena resenha, sobre ele. É o espaço que o usuário tem para expressar sua opinião sobre o jogo. A Steam ainda disponibiliza três formas para os usuários avaliarem essas análises através da pergunta “Você achou essa análise útil?”. Para responder basta escolher as opções “Sim”, “Não” e “Engraçada”. As informações mais bem avaliadas e úteis, ou seja, que receberam mais respostas “Sim”, aparecem com destaque. A opção “Engraçada” serve para que os usuários consigam diferenciar análises úteis de engraçadas, pois

<sup>39</sup> Acessado em 21/11/2015:

<http://steamcommunity.com/games/255710/announcements/detail/249166664611991380>

<sup>40</sup> Tradução do autor: “Many mods and (some) custom assets will not work with 1.1.0 and will need updating by their author. We have worked hard to cause as few conflicts as possible with popular mods, yet this is a substantial update and with the code & functionality changes some issues have been impossible to avoid. Going forward we aim to find a solution where we can work with our core modders pre-launch to give them ample time to adjust their creations before the public have access”.

<sup>41</sup> Acessado em 09/11/2015: <http://store.steampowered.com/app/255710>

é comum que jogadores escrevam em tom irônico ou debochado falando do produto. É possível comentar em cada análise e ainda filtrar o conteúdo por análises úteis, recentes, positivas, negativas e engraçadas. Na página da loja de *Cities: Skylines* podemos ver que o jogo conta com um total de 17465 análises, sendo 16540 positivas e 925 negativas<sup>42</sup>.

Figura 2 - Página da loja de *Cities: Skylines*

The screenshot shows the Steam store page for *Cities: Skylines*. At the top, there are navigation tabs for 'Destaque', 'Jogos', 'Software', 'Hardware', 'Vídeos', 'Notícias', and 'Para você'. Below this, the page title 'Cities: Skylines' is displayed. The main content area features a large image of a city simulation, a description of the game, and a 'Central da Comunidade' section. The purchase options are listed below, including the base game for R\$ 55,99, the Deluxe Edition for R\$ 72,99, and the Deluxe Upgrade Pack for R\$ 17,00. A 'Conteúdo adicional para este jogo' section shows the 'Cities: Skylines - After Dark' DLC for R\$ 27,99. The 'Central da Comunidade' section includes a list of features: 'Um jogador', 'Conquistas Steam', 'Cartas Colecionáveis Steam', 'Oficina Steam', 'Compatibilidade parcial com controle', 'Nuvem Steam', and 'Inclui editor de níveis'. A table of languages is also visible, showing support for Portuguese (Brasil), Inglês, Francês, Alemão, and Espanhol.

FONTE: Captura de tela feita pelo autor em 23/11/2015

### 3.2 Central da Comunidade

Através da página da loja é possível entrar na Central da Comunidade<sup>43</sup> (Figura 3), espaço onde todo o conteúdo relativo ao jogo se encontra, seja de conteúdo oficial (da produtora

<sup>42</sup> Dados de 09/11/2015.

<sup>43</sup> Acessado em 09/11/2015: <https://steamcommunity.com/app/255710>

do jogo) ou de conteúdo da comunidade (dos fãs). A Central é dividida em dez abas que serão detalhadas seguir.

Figura 3 - Página da Central da Comunidade

The screenshot shows the 'Cities: Skylines' community hub page. At the top, there's a navigation menu with tabs: 'Tudo', 'Discussões', 'Screenshots', 'Artes', 'NEW Transmissões', 'Vídeos', 'Oficina', 'Notícias', 'Guias', and 'Análises'. A 'Página na loja' button is in the top right. Below the navigation, a status bar shows '3,501 em jogo' and '0 na conversa do grupo'. The main content area features a large banner for the game 'Cities: Skylines' with a price tag of 'R\$ 55,99' and a 'Visitar a página na loja' button. Below the banner, there's a section titled 'Conteúdo oficial e da comunidade mais popular na última semana. (?)'. The page is filled with community posts. One post is titled 'Shape the Horizon with Alienware!' and another 'mod that removes dirty water graphic'. There are also posts about 'University Not Full' and 'Patch 1.2.2-f2 is live | Building limits increased!'. Each post includes a user profile, a timestamp, and engagement metrics like likes and replies.

FONTE: Captura de tela feita pelo autor em 23/11/2015.

### 3.2.1 Tudo

Como diz o nome, essa aba concentra o conteúdo mais popular da última semana de todas as outras abas. A plataforma classifica como popular os conteúdos que receberam mais avaliações positivas do que negativas no período de tempo determinado. Há notícias oficiais

publicadas pela produtora, vídeos e fotos do jogo feitos pelos fãs, análises bem avaliadas, tópicos de discussão em destaque, novas criações da Oficina, etc.

### 3.2.2 Discussões

Espaço que funciona como um fórum, onde jogadores podem criar tópicos para discutir qualquer tipo de assunto relacionado com o jogo. Dentro dessa aba existem 4 subfóruns que visam organizar as discussões: Discussões Gerais, *Wishlist* (tópicos cujo assunto é pedir e discutir sobre alguma funcionalidade nova no jogo que ainda não existe), Discussões da Oficina (tópicos que discutem sobre a produção de *mods/assets* para o jogo) e Trocas (tópicos relativos às trocas de cartas que o jogador ganha pela Steam quando completa alguma tarefa dentro do jogo).

### 3.2.3 Screenshots

Espaço onde os jogadores compartilham fotos capturadas dentro do jogo. É possível curtir e comentar cada foto, bem como filtrar o conteúdo por “mais popular”, em espaços de tempo diferente como hoje, última semana, três meses, desde o início, etc.

### 3.2.4 Artes

Muito parecido com a aba anterior, o espaço para Artes tem foco na produção de *fan art* como imagens das cidades editadas e com filtros, montagens, desenhos, projetos de prédios para o jogo e tudo o que não for apenas uma *screenshot*, mas sim um conteúdo de cunho mais artístico.

### 3.2.5 Transmissões

Seguindo a tendência de *streaming* nos *videogames*, a Steam abriu um espaço para isso na Central da Comunidade. Os jogadores podem transmitir o momento em que estão jogando para que outros jogadores possam ver seu progresso no jogo, suas dicas, problemas, etc.

### 3.2.6 Vídeos

Aqui os usuários podem enviar vídeos do *YouTube* relativos ao jogo. São comuns vídeos mostrando cidades com passagem rápida de tempo (*timelapse*<sup>44</sup>), dicas de como construir e planejar uma metrópole, vídeos de humor, etc.

### 3.2.7 Oficina

Local onde os usuários podem enviar e adquirir conteúdos para usar no jogo, as modificações. Será melhor detalhado a seguir.

### 3.2.8 Notícias

Espaço onde a produtora do jogo, a própria Steam e alguns portais de conteúdo publicam notícias e artigos sobre o jogo normalmente falando sobre atualizações, promoções, análises de *sites* especializados, etc.

### 3.2.9 Guias

Aqui os usuários podem criar guias com dicas para ajudar outros jogadores com questões que envolvem mais planejamento e estratégia, desde guias simples sobre como começar uma cidade até mais complexos sobre como planejar melhor o sistema de transporte.

### 3.2.10 Análises

Espaço dedicado a hospedar todas as análises feitas pela comunidade, as mesmas que se encontram na página da loja.

## 3.3 Produção de conteúdo para dentro do jogo

Na página inicial da Oficina<sup>45</sup> (Figura 4) podemos observar um grande painel *slider* que apresenta os nove itens mais populares da última semana com base nas avaliações positivas de cada item. Mais abaixo há um espaço para os anúncios oficiais e notícias mais recentes sobre o jogo. No fim da página há três abas que mostram os oito *mods/assets* mais inscritos (que foram mais baixados), os mais recentes e os mais populares. No canto direito há um menu que mostra as modificações divididas por categorias, as quais serão detalhadas abaixo.

---

<sup>44</sup> *Timelapse* é um conjunto de fotografias ou vídeos curtos de um momento demorado que, depois de agrupados, dão um efeito de passagem de tempo muito rápida, como um pôr-do-sol em segundos.

<sup>45</sup> Acessado em 09/11/2015: <http://steamcommunity.com/app/255710/workshop/>

Figura 4 - Página da Oficina

The screenshot shows the 'Cities: Skylines' Workshop 'Oficina' (Workshop) page. At the top, there's a navigation bar with a search icon and a 'Página na loja' button. The main menu includes 'Tudo', 'Discussões', 'Screenshots', 'Artes', 'NEW! Transmissões', 'Vídeos', 'Oficina', 'Notícias', 'Guias', and 'Análises'. The main banner features the 'Cities: Skylines' logo and the text 'Customize your city! Create and upload new mods and assets to add new buildings, items, and game mechanics to Cities: Skylines. Explore new maps and share save games. Saiba mais'. Below the banner, there are navigation links: 'Início', 'Navegar', 'Discussões', and 'Sobre'. A search bar is located on the right with the text 'Buscar em Cities: Skylines'. The main content area is titled 'Itens mais populares na última semana'. It displays several mod thumbnails, including 'ShroomBlaze: MODEL & TEXTURES BY KOODOO25' and 'Art Deco Office Tower (Remixed) - Model by Koodoo25'. To the right, there's a sidebar with 'Navegar por Itens' (Mais populares, Mais bem avaliados desde o início, Mais recentes) and 'Navegar por marcador' (Map, Mod, SaveGame, District Style). Below that is a list of 'ASSETS' with counts: Building (12,068), Prop (1,310), Tree (239), Vehicle (1,344), Intersection (17,816), Park (9,285), Electricity (535), Water & Sewage (254), Garbage (270), Healthcare (195), Dealthcare (180), Fire Department (159), Police Department (222), Education (370), Transport (686), Transport Bus (52), Transport Metro (146), Transport Train (182), Transport Ship (31), Transport Plane (264), Unique Building (1,342), and Monument (30). At the bottom, there are 'ANÚNCIOS RECENTES' (Recent Announcements) with links to 'Shape the Horizon with Alienware!' and 'Monument summer contest - win a GTX 980! #TEMPTED'.

FONTE: Captura de tela feita pelo autor em 23/11/2015.

### 3.3.1 Mods ou Modificações de Jogabilidade

São modificações mais complexas que normalmente acrescentam novos elementos à simulação do jogo, modificando a jogabilidade. Por esse motivo não existe uma produção tão expressiva, já que é necessário um pouco mais de conhecimento dos códigos do jogo. Em contrapartida, são as modificações mais baixadas. Algumas vão, até mesmo, incorporando funções de outros *mods* e se tornam cada vez mais abrangentes. O melhor exemplo é o *Traffic++*, que possibilita controlar o tráfego de maneira detalhada, função que o jogo executa de maneira automática e simplificada. Um pouco depois de ser lançado, incorporou a função de

outro *mod* que possibilitava criar múltiplas linhas de trem ou metrô em uma mesma estação (o jogo-base<sup>46</sup> só permite uma linha por estação). Outra adição desse *mod* consiste em ruas e avenidas com faixas exclusivas para ônibus, muito requisitada pelos jogadores. Em setembro de 2015 essa função foi adicionada ao jogo para quem adquirisse a expansão *After Dark*. Outros exemplos que se encaixam nessa categoria são aqueles que modificam a inteligência artificial de determinados sistemas do jogo, automatizam funções para o jogador, criam sistemas que o jogo-base não oferece e que podem ser usadas como base por outros *mods*, etc.

### 3.3.2 *Assets* ou Modificações de Variedade

A palavra *mods* é usada genericamente para designar qualquer tipo de modificação produzida por jogadores. Em *Cities: Skylines*, entretanto, arquivos que não modificam a simulação e apenas acrescentam elementos visuais ao jogo recebem o nome de “*asset*”. Eles são a grande maioria na oficina e consistem em prédios (residenciais, comerciais, industriais, serviços), intersecções de rodovias, parques, monumentos, veículos e estações para modais de transporte (trem, metrô, ônibus, avião e navio). A principal função dessa categoria é adicionar variedade. Como qualquer jogo do gênero, é muito comum que os prédios se repitam e as cidades fiquem muito parecidas e monótonas, portanto essa categoria é de grande importância para a comunidade. Ela dá ao jogador a possibilidade de criar cidades únicas com construções únicas, já que o jogo-base é bastante limitado nesse aspecto.

### 3.3.3 *Props* ou Dependências

São apenas itens mais básicos com função visual, que fazem parte de algumas construções criadas pelos jogadores, como placas, árvores, contêineres, bancos de praça, fontes, etc. Sem eles, algumas partes das construções vão ficar faltando, comprometendo o visual, por isso são chamados de dependências.

### 3.3.4 Mapas

Segunda categoria mais popular, os mapas são onde as cidades são construídas, onde a experiência de jogar acontece. “O espaço imaginado é o espaço ficcional, um espaço imaterial” (FRAGOSO, 2015, p.199). Cada cidade compõe um mundo virtual ou “espaço imaginado” que Fragoso, citando Genette (1989), conceitua como o universo em que a história acontece. No

---

<sup>46</sup> Entende-se por “jogo-base” a primeira versão de um jogo que pode ser jogada sem depender de nenhum arquivo adicional, funcionando como uma base. Essa versão pode receber expansões que serão dependentes do jogo-base para funcionar.



caso de um simulador de cidades não há narrativa por parte do *game*, cabendo ao jogador criar essa narrativa em sua cabeça.

### 3.3.5 Jogos Salvos ou Cidades

Os jogadores também podem disponibilizar suas próprias cidades para *download*. O único inconveniente dessa categoria é que, se a cidade usar qualquer modificação, ela só vai funcionar plenamente se todas as modificações forem baixadas também. Assim, se uma cidade possui 300 modificações, é necessário baixar todas elas para jogar plenamente com essa cidade.

### 3.3.6 Correções de Cor

Para quem não gosta do filtro de cores usado no jogo-base, é possível adquirir filtros criados por outros jogadores. A utilidade dessas modificações é meramente estética, deixando as cidades com um visual diferente, mais ou menos como se o jogador estivesse aplicando um filtro de cor ou luz em tempo real ao jogo.

### 3.3.7 Estilos Distritais

Adicionado na expansão *After Dark*, essas modificações podem ser aplicadas nos distritos das cidades e fazem com que ali sejam construídos apenas prédios de um determinado estilo arquitetônico. Os jogadores podem juntar *assets* feitos por outros jogadores e criar estilos distritais com prédios nova-iorquinos, europeus, latinos, japoneses, etc.

Com base nesses dados foi observada a quantidade de cada tipo de modificação disponível na Oficina de *Cities: Skylines*. Podemos ter uma melhor visualização da distribuição da produção abaixo (Tabela 1).

Tabela 1 - Quantificação dos *mods* em *Cities: Skylines*

Modificação	Quantidade	Porcentagem
Variedade ( <i>assets</i> )	36189	62,2%
Mapas	12525	21,5%
Cidades	7698	13,2%
Dependências	1111	1,9%

Jogabilidade ( <i>mods</i> )	427	0,7%
Correções de Cor	207	0,4%
Estilos Distritais	24	0,1%
<b>TOTAL</b>	<b>58181</b>	<b>100,0%</b>

FONTE: Elaborado pelo autor. Dados de 29/09/2015.

Podemos perceber, pela predominância das modificações de variedade, que elas são as mais populares junto aos jogadores. *Skylines* possui um editor de *assets* onde é possível importar qualquer construção presente no jogo e modificá-la de modo simples, trocando a cor ou adicionando itens decorativos. Para os fãs com conhecimentos mais avançados sobre modelagem 3D e programação, é possível criar qualquer objeto nesses programas e importar para o jogo. Sendo assim, é relativamente fácil criar novas construções, o que resulta em grande quantidade de trabalhos.

O jogo também possui um editor de mapas que permite criar os mais variados terrenos, até mesmo imitações de lugares reais. Ele é fácil de manusear, permitindo que qualquer jogador consiga criar mapas e disponibilizar na Oficina, o que também explica o fato de ser o segundo tipo de modificação mais produzida.

Todas essas modificações podem ser agrupadas em coleções que os próprios usuários criam e disponibilizam publicamente. Elas funcionam como uma curadoria de conteúdo, em que *mods/assets* são agrupados por temática, estilo, funcionalidade, etc. O usuário pode se inscrever na coleção e adquirir todos os arquivos presentes nela ou baixar apenas aqueles de maior interesse. Essa é uma forma de apropriação de conteúdo dos jogadores pelos próprios jogadores, já que toda e qualquer modificação presente na Oficina pode ser usada em alguma coleção. Atualmente existem 3488 coleções disponíveis.<sup>47</sup>

No painel onde as modificações são apresentadas (Figura 5), existem quatro abas abaixo do nome do *mod*: Descrição, Discussões, Comentários e Atualizações. A primeira aba é a página inicial e se dedica a explicar tudo relativo ao *mod*. É possível colocar fotos e vídeos do *YouTube* em um painel *slider*. Abaixo estão os botões para avaliar o *mod* (positivamente ou negativamente), adicionar aos favoritos, compartilhar o *link* nas redes sociais ou na própria Steam, adicionar a uma coleção e um botão para denunciar o conteúdo caso ele viole alguma

<sup>47</sup> Dados de 14/11/2015:

<http://steamcommunity.com/workshop/browse/?section=collections&appid=255710&actualsort=trend&p=4>

regra da plataforma. Para adquirir o *mod* basta clicar no botão verde “Inscrever-se” que fica logo abaixo. Como os arquivos de cada modificação podem ser atualizados pelo autor com melhorias, correções e novas funções, essa inscrição cria um canal direto entre os fãs, produtor e consumidor, para que tenham constante acesso à última versão do *mod*, que é automaticamente instalada em seu computador quando abre a Steam.

Descendo a página há um espaço de texto para o autor descrever o que o *mod* faz, como funciona, quais são os cuidados para poder usar no jogo, etc. Embaixo disso há o espaço dos comentários, onde jogadores podem comentar, elogiar, tirar dúvidas e o autor pode responder. No menu esquerdo há outras informações como a última vez que o *mod* foi atualizado, nome e perfil do autor, *links* externos que o autor escolhe mostrar e três dados estatísticos: número de visitantes únicos<sup>48</sup>, de inscritos atualmente e de favoritos atualmente.

A segunda aba, das “Discussões”, é onde os usuários podem abrir tópicos para discutir assuntos específicos em relação ao *mod*, como propor melhorias, alertar sobre *bugs* e onde o autor pode fixar tópicos contendo outras informações ou perguntas mais frequentes, algo que não se encaixe no espaço de descrição.

Na aba “Comentários” é onde ficam todos os comentários feitos pelos usuários no espaço destinado na página de apresentação do *mod*. A última aba, chamada de “Atualizações”, é onde ficam armazenadas as atualizações dos arquivos em que o autor pode detalhar as alterações feitas em cada versão.

No canto superior direito da página de descrição há cinco estrelas e um número logo abaixo. Ele representa quantas avaliações foram feitas no total pelos usuários e serve para poder classificar os *mods* mais bem avaliados (que receberam mais votos positivos do que negativos). Essa classificação serve para mostrar os *mods* mais populares da semana na página inicial da Oficina.

---

<sup>48</sup> Indivíduos que visitaram a página independentemente do número de vezes.

Figura 5 - Página padrão de apresentação de um *mod* na Oficina

The screenshot shows the Steam Workshop page for the mod 'Art Deco Office Tower (Remixed) - Model by Koodoo25'. The page is titled 'Cities: Skylines' and is part of the 'Oficina' (Workshop) section. The mod is rated with 4 stars and has 77 reviews. The main image shows a night view of a city with a prominent Art Deco office tower. Below the main image are several smaller thumbnails showing different views of the mod. The page includes a description, a list of assets (Building, Office), and a download button. The mod is part of the 'Shroomblaze' collection, which has 51 items. The page also shows the creator's profile, 'Shroomblaze', and statistics for the collection: 6,180 unique visitors, 4,713 current subscribers, and 49 current favorites.

**Cities: Skylines** Página na loja

Tudo **Discussões** Screenshots Artes **NEW! Transmissões** Vídeos **Oficina** Notícias Guias Análises

Cities: Skylines > Oficina > Oficina de Shroomblaze

**Art Deco Office Tower (Remixed) - Model by Koodoo25** 77 avaliações

Descrição **Discussões 0** **Comentários 5** Atualizações

**ShroomBlaze**  
MODEL & TEXTURES  
BY KOODOO25  
IMPROVED LOD &  
NEW COLOR VARIATIONS

Assets: **Building, Office**

Tamanho 2.786 MB  
Publicado em 18 de nov às 0:59  
Atualizado em 18 de nov às 1:41  
2 notas de atualização ( ver )

Avaliar + favoritos Compartilhar Adicionar à coleção

Inscrite-se para baixar  
**Art Deco Office Tower (Remixed) - Model by Koodoo25** **Inscrite-se**

EM 2 COLEÇÕES DE SHROOMBLAZE

Nome	Itens	Classificação
New Assets	321 itens	★★★★★
Office Growables	20 itens	★★★★★

criado por **Shroomblaze** Disponível

Ver todas as **51 coleções** criadas por Shroomblaze e outras pessoas (algumas podem estar ocultas)

6,180 Visitantes únicos  
4,713 Inscritos atualmente  
49 Favoritos atualmente

DESCRIÇÃO

I did not model or make the textures for this. It was created by **Koodoo25** and here is the link to the original asset, **Art Deco Office Tower (Growable)**

FONTE: Captura de tela feita pelo autor em 23/11/2015.

### 3.4 Produção de conteúdo para fora do jogo

Outro tipo bastante comum de produção dos fãs do jogo são os conteúdos em forma de vídeo, imagem e texto que caracterizam a produção de conteúdo para fora do círculo mágico do jogo. O formato mais comum de conteúdo nas comunidades são as imagens. É o jeito mais simples de um jogador mostrar sua cidade para os outros. Normalmente acompanha uma legenda para contextualizar. Essas imagens podem ser tiradas por meio de uma ferramenta disponível na plataforma Steam e são salvas no disco rígido do computador do jogador. Após

terminar uma sessão de jogo, a plataforma oferece a possibilidade de compartilhar as imagens no perfil pessoal dentro da Steam ou diretamente no *Facebook*. O jogador também pode adquirir programas para gravar a tela do jogo e criar vídeos. É um formato bastante popular entre *youtubers* e compõe vídeos de *timelapse* das cidades, guias passo a passo, vídeos de humor, etc.

Esse conteúdo geralmente ganha corpo na forma de “Diários” ou “*City Journals*”, conteúdo que tem espaço em diversos fóruns na *web*, em que imagens e vídeos, em conjunto com textos, contam histórias sobre as cidades, caracterizando uma abordagem contextualizada e complexa do universo do jogo, presente apenas na mente do jogador. Esse formato era o mais popular quando as redes sociais ainda não eram tão populares, na época marcada pelo início da participação mais efetiva do usuário através de blogs, páginas colaborativas e fóruns especializados. Os jogadores inventam histórias sobre suas cidades, como elas se formaram, quais são as principais atividades econômicas, detalham as peculiaridades de cada bairro ou fazem jus ao nome “diário”, mostrando o passo a passo de como a cidade foi construída.

É comum ver descrições detalhadas do sistema de transporte e até mesmo histórias e características de cada distrito da cidade. Algumas histórias ainda tinham a forma de uma narrativa sobre a vida cotidiana de um morador do local. Aqui podemos dizer que essas cidades são “universos diegéticos”, conceito de Genette (1989) citado por Fragoso (2015), que diz que a *diégèse* é o universo onde a história acontece. Nesses casos a cidade passa a ser um cenário, deixando de ser a protagonista. Mesmo em histórias que têm por objetivo contar fatos especificamente sobre a cidade, normalmente ela é o motivo de essa história existir, mas não necessariamente é a protagonista. O protagonismo pode ficar em personagens que fundaram a cidade, por exemplo.

Toda essa criação é fictícia e acontece fora do jogo, já que ele não oferece esse tipo de personalização. O máximo que o jogador pode fazer dentro do *game* é separar a cidade por distritos, nomear cada um deles e atribuir algumas políticas. Essas narrativas são muito semelhantes às *fan fics* citadas no segundo capítulo, pois são histórias fictícias sobre um mundo virtual fictício.

### 3.5 Metodologia da coleta de dados

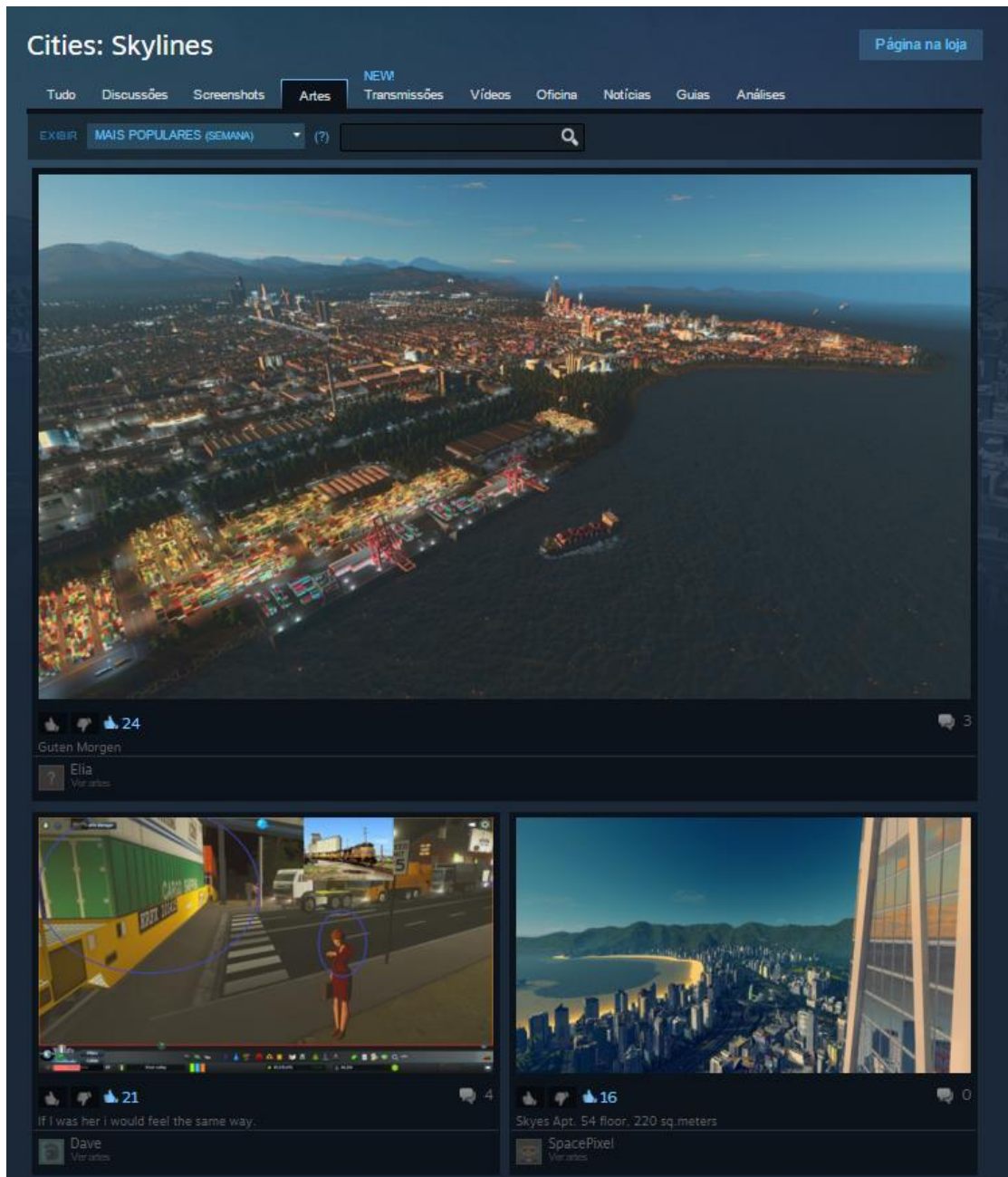
Para poder coletar o material da comunidade, foi utilizado o método de observação-participante proposto por Angrosino (2009, p.75) que diz que “o pesquisador faz observações durante breves períodos, possivelmente visando estabelecer o contexto para entrevistas ou outros tipos de pesquisa”. Ele ainda conceitua observação como “o ato de perceber um fenômeno, muitas vezes com instrumentos, e registrá-lo com propósitos científicos”

(ANGROSINO, 2009, p.74). O pesquisador joga *Cities: Skylines* desde o dia do lançamento, mas acompanha a trajetória do jogo desde seu anúncio, no final de 2014, o que caracteriza esse tipo de observação como a mais adequada, já que o pesquisador se encontra inserido na comunidade.

Esse material pode ser acessado principalmente nas abas “*Screenshots*”, “*Artes*” e “*Vídeos*” da Central da Comunidade. Dentro de cada aba é possível filtrar o conteúdo de diversas maneiras: mais popular na última semana, mais popular hoje, mais popular nos últimos três meses, mais recente, etc. A observação da comunidade iniciou-se no dia 17 de agosto de 2015 e estendeu-se até o dia 24 de novembro de 2015 e teve como foco entender que tipo de conteúdo era compartilhado e como ele poderia responder aos questionamentos da pesquisa dentro do tempo disponível. Foram colhidos materiais das abas “*Screenshots*”, “*Artes*”, “*Vídeos*” e “*Oficina*”. Como a Steam apresenta esse conteúdo numa página com rolagem infinita, é praticamente impossível chegar ao fim, mesmo filtrando o conteúdo, o que dificulta quantificar e classificar corretamente. Por causa dessas dificuldades, a análise não se aprofundará em todas as formas de manifestações e por isso a experiência como jogador e o tempo de convívio na comunidade, mesmo antes de fazer a pesquisa, foi fundamental para determinar um ponto de saturação do material a ser analisado.

Nas abas “*Screenshots*” e “*Artes*” (Figura 6), o conteúdo disponível é muito parecido, consistindo basicamente em fotos das cidades dos jogadores e montagens com caráter humorístico seguidos de uma legenda. Na aba “*Vídeos*” (Figura 7) predominam vídeos-diários (onde o fã conta ou mostra a cidade), tutoriais de planejamento e construção e vídeos engraçados. Os jogadores podem interagir com a postagem clicando no botão curtir ou comentando. Na aba da “*Oficina*” é onde encontramos as modificações feitas pelos jogadores e que serão analisadas mais a fundo no próximo capítulo.

Figura 6 – Exemplo de conteúdo disponível na aba "Artes" na Central da Comunidade.



FONTE: Captura de tela feita pelo autor em 23/11/2015.

Figura 7 - Exemplo de conteúdo disponível na aba "Vídeos" na Central da Comunidade.



FONTE: Captura de tela feita pelo autor em 23/11/2015.

A observação desse material se mostrou insuficiente para responder aos objetivos da pesquisa pois os conteúdos se repetiam em uma tela com rolagem infinita, não sendo possível delimitar um espaço de tempo exato para a análise. Mesmo assim, essa observação inicial foi fundamental para a percepção da necessidade de aplicação de um questionário junto à comunidade, o qual será detalhado a seguir.

### 3.6 Estrutura do questionário *online*

O questionário tinha como objetivo entender melhor as relações entre fãs e produção que não foram possíveis de serem analisadas apenas com a observação. O questionário era



composto por quatro seções de perguntas. A primeira seção visava entender a relação do jogador com o jogo e com o gênero, contendo as seguintes perguntas: “Quantas horas por semana você joga, aproximadamente?”, “Em uma escala de 1 a 5, o quanto você gosta desse jogo?” e “Você já jogou outros jogos do gênero de simulação e construção de cidades?”.

A segunda seção buscava entender o impacto que a produção de *mods/assets* tinha na experiência de jogo de cada um, com as perguntas “Com que frequência você visita a Oficina de *Cities: Skylines* na Steam?”, “Você baixa conteúdo da Oficina para o jogo frequentemente?”, “Você participa de discussões sobre *mods/assets* na Steam?”, “Em uma escala de 1 a 5, o quão importante são os *mods/assets* para a sua experiência em *Cities: Skylines*?”, “Em relação à pergunta anterior, qual é o impacto que os *mods/assets* tem no seu jogo?”, “Você se imagina jogando sem *mods/assets*? Por quê?”, “Você já criou *mods* ou *assets* para *Cities: Skylines*?” e “O que te motivou? Conte um pouco sobre isso.”.

A terceira seção era voltada à produção e ao consumo de conteúdo de mídia (imagens, vídeos e textos) com as perguntas: “Você frequenta algum desses fóruns ou comunidades online sobre *Cities: Skylines*?”, “Você sente vontade ou necessidade de mostrar suas cidades para os outros?”, “Por quê? Conte mais sobre isso”, “Você compartilha conteúdo sobre suas cidades de alguma forma?”, “Onde você compartilha esse conteúdo normalmente?”, “Você costuma ver ou interagir com conteúdo de outras pessoas? Como é essa interação?”, “Você já criou um diário de uma cidade?” e “Por quê? Conte um pouco sobre essa experiência”.

A última seção tinha um caráter mais demográfico contendo três perguntas: “Qual é a sua faixa etária?”, “Qual é o seu gênero?” e “Em qual região do Brasil você mora?”.

Para obter o maior número de respondentes possível, o questionário foi divulgado em três grupos brasileiros de fãs no Facebook que se dedicam a discutir sobre o jogo: Simulador da Depressão<sup>49</sup>, *Cities: Skylines*<sup>50</sup> e *Cities: Skylines Brasil*<sup>51</sup>. Eles foram escolhidos por serem os maiores grupos de fãs do jogo no Brasil e, por estarem na rede social de maior uso do país, ampliavam o número de respondentes. O questionário não foi aplicado na Steam pois não havia tempo hábil para criar e analisar uma versão em outro idioma, visto que a maior parte dos usuários da plataforma são estrangeiros. O questionário ficou no ar durante um período total de 36h, tempo suficiente para alcançar 40 respostas válidas que o pesquisador julgou suficientes para a análise deste trabalho. Uma resposta foi considerada válida quando a primeira pergunta “Você joga *Cities: Skylines*?”, antes da primeira seção, era respondida com “sim”. Ela tinha

---

<sup>49</sup> <https://www.facebook.com/groups/SimCitybrasil/>

<sup>50</sup> <https://www.facebook.com/groups/CitiesSkylinesOficial/>

<sup>51</sup> <https://www.facebook.com/groups/citiesSkylinesbrasil/>

como objetivo filtrar possíveis respondentes que não jogassem o jogo e, por acaso, acessassem a pesquisa. Quem respondia “não” automaticamente finalizava o questionário.

## 4 ANÁLISE FINAL DA OBSERVAÇÃO E DO QUESTIONÁRIO

Assim, com o uso dessas duas ferramentas de pesquisa, observação e aplicação de questionário, foi possível desenvolver uma análise apurada do material correspondente aos objetivos propostos por esse trabalho. Na seção 4.1 serão analisadas as respostas do questionário e, na seção 4.2, o material coletado na comunidade da Steam.

### 4.1 Análise do questionário *online*

As respostas vindas a partir do questionário apresentam questões de produção e consumo que foram consideradas na análise posterior ao material observado e, por isso, serão apresentadas primeiro. Como o questionário era anônimo, os respondentes serão identificados neste trabalho pelos números correspondentes à ordem cronológica das respostas, de 1 a 40.

#### 4.1.1 Primeira seção: A relação com *Cities: Skylines*

Mais da metade (22) dos respondentes jogam entre duas e seis horas por semana. Em uma escala de um a cinco, quase todos (38) responderam que gostam muito do jogo (opções 4 e 5). Na pergunta “Você já jogou outros jogos do gênero de simulação e construção de cidades?”, apenas um respondente não jogou *SimCity 4*, o que mostra como esse jogo foi importante para o desenvolvimento e a popularização do gênero. As versões antigas de *SimCity* foram a segunda resposta mais marcada e, logo depois, a série *CitiesXL*.

#### 4.1.2 Segunda seção: Consumo e produção de *Mods/Assets* pelos jogadores

A maioria dos respondentes (32) afirmou visitar a Oficina do jogo alguma vez na semana enquanto apenas oito marcaram “Raramente”. Nenhum respondente marcou a opção “Não visito”, mostrando que todos, em algum momento, já visitaram a Oficina para olhar a produção de *mods*. Quanto ao fato de efetivamente baixar esses conteúdos, quase metade (19) afirmou baixar sempre, enquanto apenas dois marcaram que nunca baixam. Ao perguntar sobre o engajamento nas discussões dos *mods* na Steam, quase metade (19) nunca participou e apenas dois marcaram que sempre se envolvem. Os fãs gostam de consumir o conteúdo, mas pouco se envolvem nas discussões com a comunidade ou com o autor.

Na pergunta “Em uma escala de 1 a 5, o quão importante são os *mods/assets* para a sua experiência em *Cities: Skylines?*”, mais da metade (22) dos participantes da pesquisa afirmaram que os *mods* são de extrema importância (opção 5), enquanto apenas quatro afirmaram que era de pouco importância (opção 1). Logo após essa pergunta, havia uma pergunta aberta que visava entender, pela perspectiva do jogador, o impacto do uso de *mods* no jogo. De modo geral, a maioria das respostas citaram a importância da variabilidade das construções como forma de personalizar a cidade, o que justifica sua alta quantidade na Oficina: “*Aproxima à construção de uma cidade real, com todos seus nuances*” (Respondente 2), “*É o que da singularidade a sua cidade*” (Respondente 35), “*Melhoram principalmente aspectos visuais de disponibilidade de maior variedade a edifícios da cidade*” (Respondente 25).

Alguns jogadores afirmam que os *mods* são responsáveis por expandir as possibilidades, melhorando a experiência de jogo, por isso tem grande impacto. “*O jogo já possui uma liberdade não vista em outros jogos de simulador de cidades, com os mods parece que tudo fica ainda maior, com mais e mais possibilidades*” (Respondente 32), “*O maior impacto está na questão de trânsito, onde com auxílio de mod, consigo melhorar a experiência no jogo*” (Respondente 18), “*Os mods conseguem melhorar toda a experiência do jogo. Gerenciamento dos meios de transporte, por exemplo, criam praticamente um jogo dentro do jogo*” (Respondente 7).

A minoria das respostas afirmava que as modificações faziam pouca diferença, como o Respondente 8, “*Pouco*”. O respondente 10 salientou a importância dos *mods*, mas entende que eles não são essenciais: “*Acredito que mods e assets são produzidos para sanar algumas demandas. Como as necessidades são muito subjetivas eu acredito que o impacto deles é subjetivo. O importante está presente na base, o que vem depois serve para ampliar a experiência do jogo*”. O respondente 40 comentou que “*Mods são uma maneira de prolongar a vida útil do jogo*”, fato abordado no segundo capítulo.

Dois respondentes associam a produção de *mods* a uma suposta “preguiça” por parte da desenvolvedora, que teria que gastar recursos humanos e financeiros para produzir conteúdo que os fãs podem fazer de graça. “*Esse é o problema. A produtora original do jogo deixa para os desenvolvedores particulares muitos mods/assets importantes. Assim o impacto dos mods/assets no meu jogo é enorme!*” (Respondente 6) e “*Melhoram o jogo com velocidade maior do que se dependesse apenas da produtora, o que oferece um jogo mais completo em menos tempo*” (Respondente 19). Ao criar um jogo sólido com suporte a modificações, a produtora garante que as mais variadas necessidades de jogo serão atendidas, pois ela mesma nunca seria capaz de produzir tanto conteúdo quanto uma comunidade coletivamente. Ao

observar a produção total de *mods* da comunidade nos oito meses após o lançamento do jogo, já são mais de 65000 itens presentes na Oficina<sup>52</sup>.

Ao perguntar se os jogadores se imaginavam jogando sem *mods*, um pouco mais que a maioria (23) respondeu que não conseguia. A pergunta aberta que seguia tinha como objetivo saber o porquê. As respostas, em geral, seguiram o padrão da pergunta aberta anterior, dizendo que *mods* ampliavam a experiência e as possibilidades de jogo: “*Os mods conseguem melhorar toda a experiência do jogo. É uma das melhores coisas em Cities: Skylines*” (Respondente 7) e “*Pois acabei me acostumando com a jogabilidade mais detalhada, sem os mods o jogo, apesar de ser muito bom, parece cru*” (Respondente 32).

Mesmo assim, vários respondentes disseram que o jogo sem *mods* já é bom o suficiente ou que já estão acostumados, pois são poucos jogos que oferecem esse suporte: “*Tem bastante jogo que não possui essa opção, então, estou acostumado*” (Respondente 33), “*Acho que as modificações vêm para agregar ao jogo, porém o essencial está presente no jogo e isso já me basta para me divertir*” (Respondente 10) e “*Por mais que os mods façam a diferença, o jogo por si só já é suficiente*” (Respondente 40).

Duas respostas mostraram que o uso das modificações pode ter um caráter de teste de novas funções ou de novos desafios, já que os *mods* podem facilitar ou dificultar a jogabilidade: “*Algumas vezes tento jogar sem mods para me desafiar*” (Respondente 13) e “*Sempre jogo com um mapa sem mods, juntamente com outro com mods para experimentar funções dos novos melhoramentos*” (Respondente 5). O respondente 6 retomou a questão de a produtora deixar a produção para os fãs ao invés de ela mesma fazer: “*Não me vejo jogando sem mods/assets porque eles são importantes para o desempenho da cidade. Uma pena que a produtora deixa isso para os desenvolvedores particulares*”.

Ao perguntar se o fã já tinha produzido alguma modificação, a grande maioria (33) respondeu que não, já que não é algo simples de ser feito. A pergunta aberta seguinte visava entender qual foi a motivação dos que produziram. O respondente 19 afirmou não estar satisfeito com a falta de algumas funções e resolveu consertar isso usando seus conhecimentos: “*Algumas funções que julgo serem básicas e que não foram implementadas no jogo base faziam falta, e eu usei meu conhecimento para melhorar essa parte do jogo*”. Outras motivações ainda incluem a vontade de recriar o mapa da própria cidade, ver se era interessante como em *SimCity 4* ou obter os troféus de conquista da Steam. O respondente 34 reclamou que não tinha

---

<sup>52</sup> Dados de 21/11/2015: <http://steamcommunity.com/app/255710/workshop/>

motivação por não possuir conhecimentos suficientes: *“O que me (des) motivou a criar mods é não saber programar”*.

#### 4.1.3 Terceira seção: Produção de conteúdo midiático em *Cities: Skylines*

Na pergunta “Você sente vontade ou necessidade de mostrar suas cidades para os outros?”, metade dos respondentes afirmou que sim, e o formato mais popular para fazer isso foram as imagens. Quando perguntados sobre quais espaços na web mais frequentavam para compartilhar e consumir conteúdo, os grupos no Facebook se mostraram o local preferido por 28 pessoas, seguido pelas trocas de mensagens pessoais com amigos (8) e a comunidade na Steam (8). Na pergunta aberta sobre o porquê desse compartilhamento, podemos notar que os fãs gostam de mostrar suas criações para receberem críticas ou elogios, assim como gostam de ver a produção dos outros como forma de inspiração: *“Já tive cidades construídas de forma original e criativa, reproduzindo ideias não convencionais, isso me fez querer mostrar aos outros jogadores”* (Respondente 10), *“Para inspirar, da mesma maneira que as cidades de outros me inspiram”* (Respondente 37), *“Já passo horas admirando a cidade (quando ela funciona corretamente), mostrar para os outros dá a sensação de "dever cumprido", de que fiz um bom trabalho. E se alguém critica algum detalhe, pode ser útil para corrigir e modificar a cidade”*, (Respondente 32), *“É ótimo criar algo, ver que está legal e poder compartilhar isso com pessoas que também curtem simuladores de cidades”* (Respondente 12).

Essa troca também serve como ajuda entre os jogadores quando alguém não consegue resolver um problema na cidade: *“Porque o jogo é lindo e as fotos ficam perfeitas, tão reais. E é bom mostrar suas ideias, como você está resolvendo um problema que outros estão passando também e assim todos vão se ajudando”* (Respondente 3). O respondente 7 se apropria do jogo para testar conceitos de urbanismo e, ao mostrar para os outros, recebe um retorno da comunidade para poder aprender mais e melhorar sua metrópole:

Utilizo o jogo para testar alguns conceitos de design e gerenciamento urbano (obviamente em um nível muito amador) e aprendo mais sempre que jogo. No meu caso o desafio está em criar uma metrópole perfeita - o que até hoje se mostrou quase impossível. No meu caso a questão é aprender, não expor.

Na pergunta “Você costuma ver ou interagir com conteúdo de outras pessoas?” a maioria (30) respondeu que sim, e a pergunta aberta seguinte visava entender como era essa interação. Dicas, perguntas e sugestões se mostraram presentes em quase todas as respostas, com destaque para a rede social Facebook como local mais citado para comentar as imagens:

“Pela página do Facebook, muitas vezes tirando algumas dúvidas de quem está começando” (Respondente 18), “Comento, dou ideias, tiro dúvidas, peço dicas, etc” (Respondente 3), “No Facebook, com comentários nas imagens dos outros jogadores” (Respondente 1). Cinco respostas citaram a plataforma de vídeos YouTube como espaço preferido de interação, aprendizagem e ensinamento: “Sempre dou boas dicas para melhorar o trânsito, visto que os youtubers ainda estão “aprendendo” como criar ou aperfeiçoar o trânsito” (Respondente 16). O respondente 23 ainda citou os canais que mais gosta de assistir: “Comentários e assisto muitos vídeos-diários, gosto muito do Strictoaster e do Fluxtrance (ambos em inglês)”.

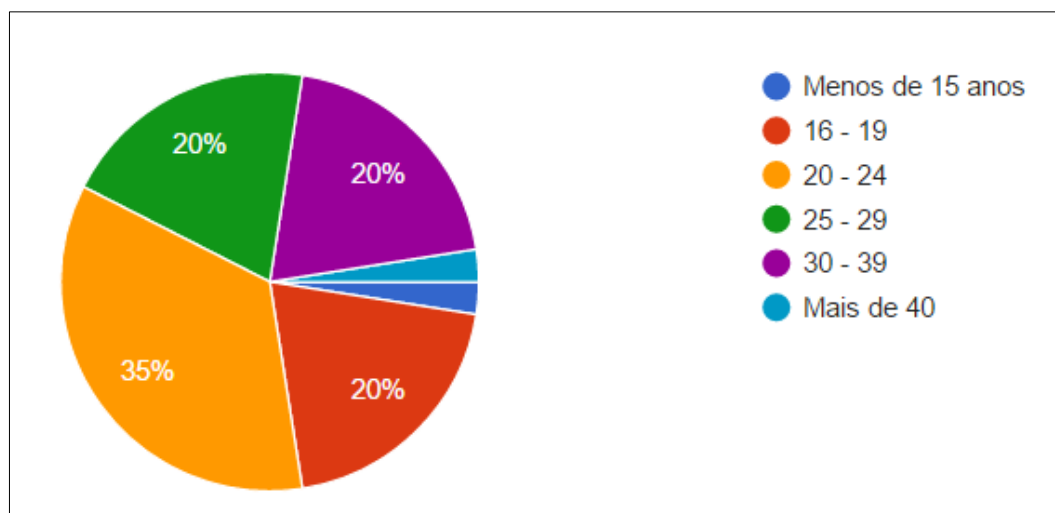
As duas últimas perguntas da seção eram sobre a criação de diários e histórias narrativas usando cidades virtuais como cenário. Na pergunta fechada, apenas seis respondentes afirmaram já ter criado um diário. Na pergunta aberta que seguia, o objetivo era entender essa experiência. O respondente 27 mencionou ter participado de um concurso que avaliava cidades do jogo *SimCity 4* na antiga rede social Orkut, além de destacar a presença dos *mods*: “No *Sim City 4*, participei de um concurso de cidade, no extinto Orkut. Fui vencedor desse concurso e os *mods* estavam bastante presentes”. Dois respondentes afirmaram que apresentar a cidade dentro de um contexto era uma experiência mais interessante (e de certa forma imersiva) do que simplesmente “mostrar por mostrar”: “É legal podermos imaginar um contexto para uma cidade fictícia. Planejar bairros, sistemas de transporte, desenvolver mapas e compartilhar um pouco desta experiência é bem legal” (Respondente 4) e “Era uma maneira melhor para mostrar cidades com um contexto, e não apenas mostrar por mostrar” (Respondente 19). O respondente 10 comentou que criar um diário é uma experiência aprofundada com o jogo que requer tempo: “Acho que é uma relação muito intensa com o jogo que eu não consigo ter, devido à rotina de faculdade e trabalho”. O respondente 23 comentou que já teve essa experiência em outros jogos do gênero, mas não em *Cities: Skylines*: “Não criei diário do *Cities: Skylines* ainda, e não pretendo por enquanto, mas já tive essa experiência com diários de outros *city-builders*”. Um dos respondentes disse nunca ter pensado nessa possibilidade enquanto outro reclamou da fraca potência de seu computador, o que dificultaria gravar um vídeo-diário.

#### 4.1.4 Quarta seção: Demografia

Para ter uma ideia do público que respondeu o questionário, foram criadas perguntas sobre faixa etária (Gráfico 1), gênero e região de moradia no Brasil. Com base nos dados, é possível afirmar que a grande maioria dos respondentes (30) tem entre 20 e 39 anos, o que caracteriza um público adulto. Quanto às questões de gênero e moradia, todos os respondentes

eram do sexo masculino, sendo mais da metade (22) moradores da região sudeste do país, dez da região sul, cinco do nordeste e três do centro-oeste.

Gráfico 1 - Distribuição dos respondentes do questionário por faixa etária



FONTE: Elaborado pelo autor (2015)

## 4.2 Observação *online* da comunidade

O material coletado na observação será analisado nesta seção.

### 4.2.1 *Crossovers*: mixando jogos e cinema

Conforme Hellekson e Busse (2001, documento eletrônico), *crossovers* são histórias que misturam dois *fandons* “semelhantes”, “combinando dois diferentes conjuntos de personagens a partir de duas fontes de mídia em uma única história”<sup>53</sup>, como Jogos Vorazes com Divergente ou Harry Potter com Senhor dos Anéis. Esse tipo de produção é uma forma de expansão do universo dos *fandons*, pois o fã pode criar uma *fanfic* combinando duas realidades e ultrapassando os limites do universo original. Essas histórias fazem partes de gêneros narrativos que os próprios escritores de *fanfic* criaram e servem para categorizá-las. Entre os mais populares estão: *Darkfic* (contos sombrios e depressivos), *Waffy* (contos fofos e alegres), *Slash* (contos que giram em torno de um relacionamento homossexual), *Deathfic* (contos onde os protagonistas morrem) e *Canon* (contos fiéis à história original), entre outros (AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2014, p.11-12).

<sup>53</sup> Tradução do autor: “[...] combining two different sets of characters from two media sources into a single story”.

Em *Cities: Skylines*, fãs importam para dentro do jogo construções de filmes, ou até mesmo conceitos de outros jogos, na forma de *mods* ou *assets*. Ao observar a comunidade de *Skylines*, foi possível encontrar *crossovers* na Oficina relacionados com *Star Wars* (Figura 8), *Breaking Bad*, Harry Potter, *Cities in Motion*, *Flight Simulator*, *Anno 2205* (Figura 9) (Ubisoft, 2015), alguns dos quais mostrados nas figuras abaixo.

**Figura 8 - Nave Estrela da Morte de *Star Wars* (esquerda) e sua recriação em *Cities: Skylines* (direita)**



FONTE: Site oficial de *Star Wars*<sup>54</sup> (esquerda) e *Empire Calling*<sup>55</sup> (direita).

<sup>54</sup> <http://www.starwars.com/databank/death-star>

<sup>55</sup> <http://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=499930162>



Figura 9 - Estação de trem do jogo *Anno 2205* (em cima) e sua recriação em *Cities: Skylines* (embaixo)



FONTE: Imagem do jogo *Anno 2205*<sup>56</sup> (em cima) e *Open Underground Metro*<sup>57</sup> (embaixo)

Em *Flight Simulator*, um simulador de voos, o jogador está no controle de uma aeronave e sua missão é fazer o trajeto em segurança até o destino final. A simulação é complexa e envolve decolagem, aterrissagem, turbulências e várias outras situações que um piloto passaria nesse tipo de voo. Em *Cities: Skylines*, o *modder* Ulysius implementou essa funcionalidade nos aviões presentes no jogo através do *mod Flight Simulator*<sup>58</sup> (Figura 10). Originalmente não é possível controlá-los, mas usando essa modificação o jogador consegue pilotar o avião pelos céus de sua cidade.

<sup>56</sup> <http://www.iamag.co/features/itsart/wp-content/uploads/2015/08/Anno-2205-Arctic-Trailer-1.jpg>

<sup>57</sup> <http://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=505909765>

<sup>58</sup> <http://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=413366627>

Figura 10 - Página da Oficina do mod Flight Simulator



FONTE: Captura de tela feita pelo autor em 02/09/2015.

#### 4.2.2 Cidades virtuais em conexão com a realidade

Mas não é só de ficção que os *mods* se inspiram. Acontecimentos no mundo real também podem ser transportados para o círculo mágico do jogo, como o caso dos refugiados da Síria na Europa<sup>59</sup>. O *modder* bennymedia criou um monumento de boas-vindas (Figura 11) para o jogo em homenagem aos refugiados da guerra. Esse tipo de produção pode ser uma manifestação de desejos do que o jogador gostaria que existisse em sua cidade de moradia real, projetada em sua experiência com o jogo, uma manobra político-social a partir da produção de fãs. Um jogador que não concorda com certas práticas do governo local, pode, mesmo que fantasiosamente, fazer o que acha correto em seu jogo.

<sup>59</sup> Acesso em 23/11/2015: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2015/08/entenda-a-crise-de-migrantes-e-refugiados-na-europa-4837178.html>

Figura 11 - Rotatória de boas-vindas aos refugiados em *Cities: Skylines*

Cities: Skylines > Oficina > Oficina de bennymedia

## Refugees Welcome Roundabout

★★★★★ 47 avaliações

Descrição | Discussões 0 | Comentários 42 | Atualizações

Assets: **Park**

Tamanho: 3.152 MB  
 Publicado em: 19 de set às 18:49  
 Atualizado em: 20 de set às 9:24  
 2 notas de atualização (ver)

Avaliar | + favoritos | Compartilhar | Adicionar à coleção

Inscriva-se para baixar **Refugees Welcome Roundabout** [+ Inscrever-se](#)

criado por **bennymedia**  
 Ver todos os arquivos compartilhados

Ver todas as **12 coleções** (algumas podem estar ocultas)

1,019 Visitantes únicos  
 824 Inscritos atualmente  
 21 Favoritos atualmente

**DESCRIÇÃO**

Refugees Welcome Roundabout by bennymedia

This asset could be a nice addition for upcoming addon which officially supports different building themes on a map and allows us to built multicultural and more organic cities.

**refugee relief Berlin** [suchtinghilfe.berlin]

Refugees Welcome Roundabout  
 Park Info: 12x12 plots (placeable on ground, crossings expandable)

Construction cost: 2600  
 Maintenance cost: 80  
 Electricity consumption: 0  
 Garbage: 1  
 Water Consum/Sewage: 0/0  
 Tourists High/Med/Low: 140/110/90  
 Entertainment: 310  
 Entertainment Radius: 570  
 Incl. discription, preview and tooltip thumbs  
 1024x1024 texture map, 1084 Tris, LOD

FONTE: Captura de tela feita pelo autor em 23/09/2015.

### 4.2.3 Mods e suas apropriações

Fãs também se apropriam de criações de outros fãs com o intuito de aprimorar a experiência de jogo. O *modder* BloodyPenguin resolveu criar o *mod EPTUI/TLM Integration (Beta)*<sup>60</sup> (Figura 12) que junta dois *mods* com funções parecidas: o *Extended Public Transport UI*<sup>61</sup> e o *Transport Lines Manager*<sup>62</sup>, ambos ajudam a gerenciar o transporte público da cidade.

<sup>60</sup> Acesso em 23/11/2015: <http://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=508273352>

<sup>61</sup> Acesso em 23/11/2015: <http://steamcommunity.com/workshop/filedetails/?id=411164732>

<sup>62</sup> Acesso em 23/11/2015: <http://steamcommunity.com/workshop/filedetails/?id=408875519>

Como o próprio autor descreve “é um *mod* que modifica *mods*<sup>63</sup>”, ou seja, uma forma de apropriação de conteúdo da comunidade pela própria comunidade, que resulta em uma experiência de jogo melhor para os jogadores.

Figura 12 - Integração de *mods*

Inscreva-se para baixar  
**EPTUI / TLM Integration (Beta)** + Inscrever-se


ITENS NECESSÁRIOS  
Este item requer todos os outros itens a seguir

- Extended Public Transport UI
- Transport Lines Manager 2.3.1

LINKS

- No Reddit [↗](#)

CRIADO POR

 **BloodyPenguin**  
Ver todos os arquivos compartilhados

Ver todas as **7 coleções** (algumas podem estar ocultas)

1,194 Visitantes únicos  
395 Inscrições atualmente  
19 Favoritos atualmente

DESCRIÇÃO

This mod's goal is to make usage of Extended Public Transport UI and Transport Lines Manager seamless

It's a mod that mods mods :) It requires both TLM and EPTUI to be enabled in Content Manager!

It's compatible with both EPTUI and TLM and is also compatible with Improved Public Transport (IPT) mod.

Please note, that it's beta, which means that it's fully functional but wasn't tested in all possible conditions.  
So please don't unrate this mod if you find any errors or bugs. Please report your findings instead and I'll do my best to fix those issues.

**What it does:**

- Removes TLM's main panel completely
- Opens TLM's line stations panel and line info panel on clicking a line in EPTUI
- Automatically closes TLM's line stations panel and line info panel if the selected line gets deleted

**What it does NOT:**

- Doesn't break your save games
- Doesn't contain code from EPTUI or TLM
- Doesn't change internal logic of the game
- Doesn't change internal logic of EPTUI or TLM

**Plans:**

- Bring back TLM's reset buttons
- Reduce the size of TLM line info panel or completely remove it placing its auto naming buttons to vanilla line info panel.
- Disable integration automatically if EPTUI or TLM is deactivated.

Feel free to comment. Share your ideas on how to improve integration.

FONTE: Captura de tela feita pelo autor em 31/08/2015.

O *Modder's Walk of Fame*<sup>64</sup> (Figura 13) é um *asset* que funciona como uma praça no jogo, mas seu diferencial é possuir estrelas desenhadas no chão com nomes de 64 *modders* famosos na comunidade de *Cities: Skylines*. Na descrição o autor diz “Este parque é uma pequena homenagem a todos os *modders* de nossa grande comunidade. Eles gastam seu tempo livre para melhorar este belo jogo com tantas coisas incríveis e compartilham com a comunidade. Muito obrigado a todos vocês”<sup>65</sup>. Isso indica uma intensa articulação entre a comunidade, bem como o reconhecimento de seus membros e práticas pela própria comunidade. O sucesso do *mod* garantiu uma segunda versão com mais 64 nomes.

<sup>63</sup> Tradução do autor: “It's a mod that mods mods”.

<sup>64</sup> Acesso em 23/11/2015: <http://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=519694392>

<sup>65</sup> Tradução do autor: “This Park Asset is a little tribute to ALL modders of our great community. They're spending their spare time and enhance this beautiful game with so many great stuff and share it with the community. Many thanks to all of you!”.

Figura 13 - Calçada da Fama dos *Modders*



FONTE: Captura de tela feita pelo autor em 23/09/2015.

O *mod Network Expansions*<sup>66</sup> (Figura 14) é um exemplo de produção coletiva. Seu objetivo é adicionar novas estradas ao jogo, mas para descobrir quais eram os tipos que os fãs mais queriam, os autores fizeram uma votação *online* com a comunidade. Os resultados foram colocados na área destinada à descrição do *mod* e as estradas mais votadas ganharam preferência na hora da produção. Os autores ainda atualizam a descrição com o que foi feito e o que ainda será feito, além de responder comentários com dúvidas dos fãs.

<sup>66</sup> Acesso em 23/11/2015: <http://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=478820060>

Figura 14 - Network Extensions

Inscreeva-se para baixar  
**Network Extensions** [+ Inscrever-se](#)

DESCRIÇÃO

An addition of highways and roads  
v. 0.4

**Vote for the NExt planned extensions**  
Current vote status [2015/08/17 10:00PM]

40 - 2 lanes Avenues with turning lanes  
30 - 1 lane Oneway  
27 - Mac Compatibility  
25 - 4 lanes Oneway  
24 - 3 lanes Avenues with median  
20 - 3 lanes Oneway  
20 - 2 lanes Alley Road  
14 - Buildable Rural Road  
6 - 4 lanes Highway  
4 - 4 lanes Avenues

125 - Distinct voters

**Current support:**

-4 lanes Small Avenue  
-2 lanes Rural HighWay  
-2 lanes Small Rural HighWay - 1 per direction  
-6 lanes HighWay

**Planned Extensions:**

-2 lanes Alley Road - 1 per direction - One cell wide (Thanks to Boforner)  
-4 lanes highway  
-1 lane Oneway  
-3 lanes Oneway  
-4 lanes Oneway  
-2 lanes avenues with suicide lanes / turning lanes  
-3 lanes avenues with median (Thanks to Keepitblue)  
-4 lanes avenues (Thanks to cheeto265)

CRIADO POR

Kalayst6  
Ver todos os arquivos compartilhados

Lazarus\*Man  
Ver todos os arquivos compartilhados

samchar00  
Ver todos os arquivos compartilhados

Ver todas as 73 coleções (algumas podem estar ocultas)

26,190 Visitantes únicos  
10,298 Inscritos atualmente  
376 Favoritos atualmente

FONTE: Captura de tela feita pelo autor em 17/08/2015.

#### 4.2.4 Produção de *mods* como fonte de renda

A atividade de *modding*, apesar de voluntária e amadora na maioria das vezes, ultimamente tem se mostrado como uma fonte de renda alternativa. Um dos *modders* mais famosos da comunidade, Gula (Bryan Shannon), criou uma conta no *site* Patreon<sup>67</sup> para conseguir arrecadar dinheiro por seus trabalhos com *mods* e *assets* para *Cities: Skylines* (Figura 15). Funciona nos moldes dos financiamentos coletivos, onde pessoas contribuem com valores diferenciados para financiar um projeto. No caso do Patreon, uma pessoa se torna “patrona” de outra que cria conteúdo. Alguns *modders* implementam botões de doação do PayPal na descrição do *mod* como outra forma de financiamento. A produtora não se posiciona sobre esse processo, respeitando a produção do fã, ainda que este esteja monetarizando sobre algo de domínio dela. Ao mesmo tempo, vale ressaltar que a monetarização é da comunidade em função

<sup>67</sup> Acessado em 24/11/2015: <https://www.patreon.com/gula?ty=h>

da comunidade, não implicando em nenhum prejuízo a produtora em nenhum momento, nem promovendo enriquecimento de outros em função de sua criação.

Figura 15 - Patreon de Bryan Shannon

The image shows a screenshot of a Patreon page for Bryan Shannon. At the top, it says "BRYAN SHANNON IS CREATING VIDEO GAME ARTWORK" in large, bold letters, with "VIDEO GAME ARTWORK" in orange. Below that, it says "burrito consumer and polygon pusher". There are navigation links for Home, Creator Posts (75), All Posts (104), and Patrons (157), along with social media icons for Facebook, Twitter, Tumblr, Pinterest, Google+, and YouTube. A central image displays several 3D models of industrial buildings from the game Cities: Skylines. On the left side, there is a call to action: "Give \$ 1 per Building for Cities: Skylines" with a "Become a Patron" button. Below that, it shows "157 patrons" and "\$381.63 per Building for Cities: Skylines". A "Milestone Goals" section indicates "2 Milestone Goals reached". The main text area contains a paragraph: "I enjoy content creation for Cities:Skylines (CSL), and I'm currently in between jobs in the games industry. I'd love to generate content for a community that loves to mod their games, but the process takes a bit of time that takes away from my job search. So while I'm on the lookout for full-time work, or contracts as they come up, this is something I feel like we can all enjoy! More content!". Below this are two sections: "THE LOW DOWN:" which says "When I was a kid, I never imagined that PEOPLE actually made games. Instead, I was pretty convinced that games came from some sort of magical realm. Keeping that dream alive is harder and harder each day, but I still want to believe that certain artists are just straight up magicians. I hope to one day be that awesome!", and "THE REALITY:" which says "The games industry is experiencing one of the hardest times right now. Many students are graduating from Game Art schools, many companies are going through layoffs as the economy is improving (that's right, the better the economy is doing, the less people are playing games! sad".

FONTE: Captura de tela feita pelo autor em 23/11/2015.

No início de 2015, a Steam anunciou<sup>68</sup> que daria suporte a conteúdos pagos nas Oficinas, começando com o jogo *Skyrim*, como teste, por ser altamente popular entre jogadores e *modders*. Com esse novo sistema, o *modder* escolheria o preço a cobrar e, cada vez que um jogador se inscrevesse no *mod*, uma parte do valor iria para a Steam, outra iria para a

<sup>68</sup> Acessado em 23/11/2015: <http://steamcommunity.com/workshop/aboutpaidcontent>

desenvolvedora e outra para o produtor do conteúdo. Entretanto, a divisão dos ganhos não agradou a comunidade que logo criou uma petição *online*<sup>69</sup> pedindo a suspensão do serviço, que arrecadou mais de 133000 assinaturas. Em um trecho do documento, a comunidade reitera o caráter gratuito e voluntário do *modding*: “Os *Mods* deveriam ser uma criação gratuita. Criações feitas por pessoas que desejam adicionar algo ao jogo para que os outros possam desfrutar dessa criação juntamente com o jogo”. Além disso, a questão de *mods* que usavam pedaços de outros *mods* não estava bem resolvida, o que criou uma polêmica maior ainda sobre direitos autorais. Alguns dias depois, em comunicado oficial<sup>70</sup>, a Steam voltou atrás e removeu o serviço devido à pressão popular.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho tinha como objetivo analisar a produção de conteúdo por fãs em jogos eletrônicos, mais especificamente no gênero dos jogos de simulação de cidades. O objeto de estudo foi a comunidade do jogo *Cities: Skylines* pois é um jogo que se baseia no uso da imaginação e criatividade ainda possibilita extensa modificação pelos jogadores, resultando num universo rico para ser analisado. A coleta de material foi realizada na Steam, maior plataforma de distribuição de jogos de computador do mundo atualmente, na forma de observação participante, pois o pesquisador já se encontrava inserido na comunidade. Para complementar a observação e poder responder aos objetivos propostos, foi elaborado um questionário *online* que coletou 40 respostas, entre perguntas quantitativas e qualitativas, de jogadores de *Cities: Skylines* presentes em três grupos no Facebook.

Para responder ao primeiro objetivo – analisar as diferentes formas de produção de conteúdo na comunidade do objeto de estudo – com base no material coletado, é possível inferir que essa produção possui um alto volume, mas pouca diversidade. A grande maioria das imagens apenas retratavam as cidades que os jogadores estavam construindo. Outro tipo de conteúdo bastante frequente foram os de cunho humorístico, geralmente retratando problemas ou situações engraçadas na vida da cidade virtual. Quanto à produção de vídeo, predominaram os vídeos-diários, onde o jogador apresenta sua metrópole, e os tutoriais ensinando técnicas e planejamento urbano virtual expondo as melhores estratégias para resolver problemas comuns no jogo como trânsito e produção industrial. Essa produção caracteriza-se por ser feita fora do

---

<sup>69</sup> Acessado em 23/11/2015: <https://www.change.org/p/valve-remove-the-paid-content-of-the-steam-workshop>

<sup>70</sup> Acessado em 23/11/2015:

<http://steamcommunity.com/games/SteamWorkshop/announcements/detail/208632365253244218>



jogo, em fóruns de discussão como a Central da Comunidade na Steam. Esse conteúdo, como visto através do questionário, serve de inspiração para os fãs que podem se espelhar em modelos bem-sucedidos de construção e aplicar em seu próprio jogo. Ao mesmo tempo, quem inspira também recebe o retorno da comunidade na forma de dicas e elogios/críticas a fim de melhorar seu trabalho. Quando falamos de abordagens mais complexas como as narrativas fictícias proporcionadas pelos “diários das cidades”, algumas respostas do questionário mostram que é necessária uma relação intensa e profunda com o jogo para isso acontecer.

Ao olhar a produção de conteúdo para dentro do jogo, que toma corpo na forma de *mods*, é possível afirmar que eles representam o ideal da cultura participativa e da inteligência coletiva. Ao se deparar com algo no jogo que não satisfaz sua experiência, o jogador pode usar seu conhecimento e as ferramentas disponíveis para modificar o jogo. Se ele não sabe como fazer isso, pode buscar ajuda na comunidade e no saber coletivo que nela se encontra. Ele ainda pode compartilhar essa modificação com a comunidade, pois outras pessoas também podem sofrer do mesmo problema ou desejo de mudança. Esse movimento acaba por alterar a experiência de jogo, não só do produtor do conteúdo, mas de outros fãs.

Como visto, *mods* podem se tornar tão importantes para a indústria dos *games* a ponto de originarem os jogos mais jogados do mundo atualmente ou de criarem gêneros totalmente novos e bem-sucedidos, como é o caso de *Dota*. Entretanto, lucrar em cima dessa produção, em sua essência, amadora, ainda é um assunto sensível. A tentativa falha da Steam de monetizar a produção dos *mods* mostra como a comunidade *gamer* enxerga o *modding*: uma atividade gratuita e voluntária, feita por jogadores e para jogadores, onde a indústria não deveria interferir. O usuário que quiser prestigiar um *modder* pode fazer doações diretamente a ele por meio de plataformas de financiamento como Patreon e PayPal, e não de maneira obrigatória e imposta pelas grandes empresas produtoras de *games*.

Assim como os *mods* são consumidos essencialmente dentro dos jogos em universos fictícios, eles podem se apropriar de acontecimentos do mundo real para moldar e aprimorar a experiência. Ou ainda, se apropriar de outros universos fictícios, como livros e filmes, importando partes desses universos para qualificar a experiência no jogo. Mais além, *mods* podem recriar mecânicas presentes em outros jogos e adicionar novas possibilidades que nunca foram pretendidas pela desenvolvedora.

Para responder ao segundo objetivo da monografia – entender o impacto da produção de *mods* na experiência de jogo – o questionário se mostrou um excelente instrumento. Por meio dele foi possível entender que o uso de *mods* em *Cities: Skylines* tem um impacto muito grande na experiência de jogo, ampliando possibilidades e adicionando variedade, algo muito

importante e ressaltado nas respostas. Sendo assim, é possível afirmar que *mods* aumentam a vida útil do jogo por estarem sempre adicionando novos elementos e mantendo o jogador entretido. Isso beneficia não só a comunidade, mas também a produtora do jogo que tem seu produto e sua marca sendo consumidos por mais tempos, mesmo que ela resolva deixar de dar suporte ao jogo, pois os *modders* farão isso, como em *SimCity 4*.

O último objetivo – investigar as motivações que levam esses jogadores a construir conteúdo coletivamente num jogo que é jogado individualmente – pode ser respondido com base nos conceitos de fã e cultura participativa de Jenkins (2006), onde o fã enxerga a *web* como um espaço de criatividade alternativa e de ações coletivas. Quando esse fã ganha acesso às ferramentas de produção, ele passa não só a consumir, mas a produzir se apropriando de produtos da indústria cultural. O fã é um entusiasta e sua paixão por um universo fictício, seja um jogo ou um filme, o motiva a produzir conteúdo e ainda compartilhar com uma comunidade globalizada e conectada, que tem muito a oferecer, assim como ele.

*Cities: Skylines* é um jogo que possibilita ao jogador recriar virtualmente a cidade de seus sonhos e fugir da realidade (ou até mesmo abraçá-la). É um exercício de criatividade, imaginação e significação que poucos gêneros de *games* podem oferecer, e por isso é um objeto de estudo tão intrigante. Com essa monografia o pesquisador espera ter lançado um olhar mais atento à produção de conteúdo para jogos eletrônicos, em especial ao *modding*, atividade que só tende a crescer na medida que as desenvolvedoras entenderem que seus jogos nunca serão encarados como produtos fechados e perfeitos pelos jogadores. A comunidade quer (e vai) alterar a experiência, e isso pode levar a resultados nunca imaginados ou pretendidos, abrindo portas para novas abordagens e significados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABT, Clark C. **Jogos Simulados: estratégia e tomada de decisão**. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1974.

AMARAL, Adriana; SOUZA, Rosana Vieira de; MONTEIRO Camila. “**De Westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira**”. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital brasileira. In: Intercom, XXXVII. Foz do Iguaçu. 2014.

BARTON, Richard F. **Manual de Simulação e Jogo**. Petrópolis: Vozes, 1973.

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante: Coleção Pesquisa Qualitativa**. São Paulo: Bookman. 2009

CAPASSO, Caio Assis. **Dimensões do Conteúdo Gerado Por Usuário Em Videogames: Cultura participativa e a intervenção criativa através do Modding**. 2014. 147f. Dissertação (Mestrado e Tecnologias da Inteligência e Design Digital) – Programa de Pós-Graduação Tecnologias da Inteligência e Design Digital, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014.

CURI, Pedro P. **Entre Fan Arts, Fan Fictions e Fan Films: O Consumo dos Fãs Gerando uma Nova Cultura**. VI Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Salvador: UFBA, 2010.

DEAM, Paul. **The Story of DOTA: How a bastard mod became its own genre**. Disponível em <<http://www.eurogamer.net/articles/2011-08-16-the-story-of-dota-article>>. Acessado em 09/11/2015.

FRAGOSO, Suely. **A experiência espacial dos games e outros medias: notas a partir de um modelo teórico analítico das representações do espaço**. *Comunicação e Sociedade*. Volume 27. P.195-212. 2015.. Disponível em <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/download/2097/2017>> Acesso em: 04/11/2015.

HILLS, Matt. **Fan Cultures**. Londres: Routledge, 2005.

HELLEKSON, Karen; Busse, Kristina. **Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet**. Jefferson: McFarland & Company, Inc., Publishers, 2006.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2000. [Edição Kindle].

JENKINS, Henry. **Convergence culture**: where old and new media collide. New York: New York University Press, 2006.

\_\_\_\_\_. **Fans, Bloggers, and Gamers**. New York: New York University Press, 2006.

\_\_\_\_\_. **Textual Poachers**: Television Fans and Participatory Culture. Updated 20th anniversary ed. New York: Routledge, 2013. [Edição Kindle].

\_\_\_\_\_. **Spreadable Media**. Nova York: New York University Press, 2013.

\_\_\_\_\_. **Fandom, Participatory Culture, and Web 2.0** — A Syllabus. In: JENKINS, Henry. Confessions of an Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins. 2010. Disponível em <[http://henryjenkins.org/2010/01/fandom\\_participatory\\_culture\\_a.html](http://henryjenkins.org/2010/01/fandom_participatory_culture_a.html)>. Acesso em 10/11/2015.

LEVY, Pierre. **Inteligencia Colectiva**: Por una Antropología del ciberespacio. Washington, DC: Organización Panamericana de la Salud, 2004.

KIRSCHNER, Friedrich. **From Games to Movies**: Machinima and Modifications. Disponível em <<http://press.etc.cmu.edu/content/games-movies-machinima-and-modifications>>. Acesso em 08/11/2015.

MASTROCOLA, Vicente Martin. **Doses lúdicas**: breves textos sobre o universo dos jogos e entretenimento. São Paulo: Independente, 2013.

SOUZA, R. **Slide to Unlock**: Um Estudo das Táticas de Resistência Cotidiana dos Usuários do Ecosistema iOS/Apple. 2014. 289f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2014.

## ANEXOS

Abaixo se encontra o questionário *online* usado nessa monografia para complementar a análise e responder aos objetivos do trabalho.

### Cities: Skylines e produção/consumo de conteúdo dos jogadores

Esse questionário é para um trabalho de conclusão de curso que está estudando a relação entre produção e consumo de conteúdo pelos jogadores no jogo Cities: Skylines.

Mais informações: [mello.lm@gmail.com](mailto:mello.lm@gmail.com)

Lucas Mello  
Estudante de Publicidade e Propaganda  
UFRGS

**\*Obrigatório**

**1. Você joga Cities: Skylines? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não *Pare de preencher este formulário.*

### Sua relação com Cities: Skylines

**2. Quantas horas por semana você joga, aproximadamente? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Menos de 2h  
 2h - 4h  
 4h - 6h  
 6h - 8h  
 Mais de 8h

**3. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você gosta desse jogo? \***

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Gosto pouco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Gosto muito

**4. Você já jogou outros jogos do gênero de simulação e construção de cidades?**

Escolha todos que já jogou.  
*Marque todas que se aplicam.*

- CitiesXL (qualquer versão)
- Anno (qualquer versão)
- Tropico (qualquer versão)
- Cities in Motion (1 ou 2)
- SimCity 4
- SimCity (antigos: 2000, 3000...)

**Consumo e produção de Mods/Assets pelos jogadores**

Mods: conteúdos que modificam a simulação e a jogabilidade. Ex.: Traffic++, All spaces unlockable, Terraform tool, etc.

Assets: conteúdos que adicionam novos elementos ao jogo. Ex.: prédios, monumentos, estações de trem/metrô, etc...

**5. Com que frequência você visita a Oficina de Cities: Skylines na Steam? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Várias vezes na semana
- Algumas vezes na semana
- Raramente
- Não visito.

**6. Você baixa conteúdo da Oficina para o jogo frequentemente? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim, sempre.
- Às vezes.
- Raramente.
- Não baixo.

**7. Você participa de discussões sobre mods/assets na Steam? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim, sempre.
- Às vezes.
- Raramente.
- Nunca.

8. **Em uma escala de 1 a 5, o quão importante são os mods/assets para a sua experiência em Cities: Skylines? \***

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	
Pouco importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito importante

9. **Em relação à pergunta anterior, qual é o impacto que os mods/assets tem no seu jogo? \***

.....

.....

.....

.....

.....

10. **Você se imagina jogando sem mods/assets? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

11. **Por quê? \***

Em relação à pergunta anterior.

.....

.....

.....

.....

.....

12. **Você já criou mods ou assets para Cities: Skylines? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

13. **O que te motivou? Conte um pouco sobre isso.**

.....

.....

.....

.....

.....

## Produção de conteúdo

14. **Você frequenta algum desses fóruns ou comunidades online sobre Cities: Skylines?**

*Marque todas que se aplicam.*

- Simtropolis
- Reddit do Cities: Skylines
- Cities: Skylines Nation
- Fórum Oficial do jogo
- SimCity Brasil
- Grupos no Facebook
- Comunidade na Steam
- Outro: .....

15. **Você sente vontade ou necessidade de mostrar suas cidades para os outros? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

16. **Por quê? Conte mais sobre isso**

Em relação à pergunta anterior.

.....

.....

.....

.....

.....

17. **Você compartilha conteúdo sobre suas cidades de alguma forma?**

Pode ser em formato de vídeo, foto, texto, diário, etc...

*Marque todas que se aplicam.*

- Imagens
- Vídeos
- Histórias (Diários)
- Outro: .....



18. **Onde você compartilha esse conteúdo normalmente?**

*Marque todas que se aplicam.*

- Grupos no Facebook
- Mensagem com amigos (Whatsapp, Facebook Messenger, Telegram,...)
- Comunidade na Steam
- Reddit do Cities: Skylines
- Fóruns sobre o jogo na internet
- Outro: .....

19. **Você costuma ver ou interagir com conteúdo de outras pessoas? \***

Esses conteúdos podem ser fotos de cidades, vídeos no YouTube, discussões em fóruns...

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

20. **Como é essa interação?**

.....

.....

.....

.....

.....

21. **Você já criou um diário de uma cidade? \***

Diário é uma forma de contar histórias sobre uma cidade que você construiu num jogo usando imagens, vídeos e texto.

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

22. **Por quê? Conte um pouco sobre essa experiência.**

Em relação à pergunta anterior.

.....

.....

.....

.....

.....

## Sobre você

Agora que já estamos acabando, gostaria de saber um pouco mais sobre você :)

23. **Qual é a sua faixa etária? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Menos de 15 anos
- 16 - 19
- 20 - 24
- 25 - 29
- 30 - 39
- Mais de 40

24. **Qual é o seu gênero? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Feminino
- Masculino
- Outro: .....

25. **Em qual região do Brasil você mora? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Fora do Brasil
- Sul
- Norte
- Nordeste
- Centro-Oeste
- Sudeste