

A Comunidade *Counter-Strike*: Análise da Percepção e Participação de Seus Jogadores¹

Nessana KLEIN²

Nilse Maria MALDANER³

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, RS

RESUMO

A diversão e aprendizado a partir de jogos, e a comunicação em sociedade já vem de muito tempo. As comunidades também, pontuando preferências pessoais e seus compartilhamentos. O ciberespaço proposto por Levý trouxe novas possibilidades para jogos, comunicação e comunidades. No espaço virtual, a cultura da conexão e de convergência propostas por Jenkins e a cultura participativa de Shirky conceituam essas novas possibilidades. O *Counter-Strike*, jogo famoso mundialmente, carrega uma comunidade conectada e com “raízes profundas”. Após tanto tempo em atividade, buscar entender o enredo dessa união de pessoas é uma proposta interessante de estudo. Com auxílio de pesquisa bibliográfica e questionário online na comunidade, acontece o estudo de caso com objetivo de compreender em que estágio se encontra essa comunidade atualmente.

PALAVRAS-CHAVE: convergência; cultura participativa; game; counter-strike; comunidade.

INTRODUÇÃO

No século XXI, a cultura de conexão e de convergência traçou novos caminhos para vários assuntos, como a comunicação, o entretenimento e os *games*, ampliando seus limites. Os jogos transmitem, primeira e superficialmente, um contexto de diversão ou aprendizado, e mais a fundo, demonstram que desenvolvem laços estreitos com seus jogadores assíduos. Sendo assim, uma análise sobre determinada comunidade torna-se relevante, com o objetivo de compreender como as ações ali ocorrem e o que elas acarretam para uma comunidade de jogadores, e além dela. A comunidade do jogo *Counter-Strike* será o objeto de análise. Ele é um jogo clássico de computador, que evoluiu em conjunto com a tecnologia, e carrega desde o princípio jogadores⁴ que não

¹ Trabalho apresentado na IJ05 - Comunicação Multimídia do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Pós-graduanda do MBA Marketing e Comunicação Digital da UNIJUÍ, e-mail: nessana_klein@hotmail.com.

³ Mestre em Comunicação Social e professora da UNIJUÍ, e-mail: nilsem@unijui.edu.br

⁴ O ponto de interesse na busca por respostas das particularidades dessa comunidade surge no fato de fazer parte dessa comunidade há 10 anos. Foram anos de convivência e compartilhamento de experiências que mereciam ser registrados.

abrem mão da interação que ele oferece. As ideias sobre cibercultura, convergência e cultura participativa, dos autores Lévy (2010), Jenkins (2009 e 2014), e Shirky (2011), são fundamentais para compreender o ambiente e como os conceitos acabam sendo parte complementar um do outro.

O estudo se caracteriza como uma pesquisa bibliográfica e estudo de caso, explorando o jogo e a comunidade de jogadores. Foi aplicado um questionário *online* com perguntas em novembro de 2018, disponibilizado diretamente no ambiente de convivência dos *players*, a plataforma Steam (nos perfis de jogadores) e também num grupo fechado do Facebook. A análise explora junto aos jogadores acerca da maneira como eles veem a comunidade, se percebem que ela existe e se consideram-se parte integrante e ainda a importância dela, em busca de um olhar e melhor compreensão dessa realidade social.

1. CIBERCULTURA, COMUNIDADES VIRTUAIS E CONVERGÊNCIA

Com o surgimento da internet, o processo de comunicação mudou, pois o receptor tem a possibilidade e o poder de transmitir suas opiniões e questionamentos ao passo que recebe as informações, portanto se tornando mais ativo, além de também poder ser um produtor e emissor de conteúdo. Como descreve Pierre Lévy (2010, p. 32): “As tecnologias digitais surgiram, então, como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento”.

A lógica antiga, a lógica televisiva, tratava os espectadores como pouco mais do que coleções de indivíduos. Seus membros não agregavam qualquer valor real uns aos outros. A lógica da mídia digital, por outro lado, permite que as pessoas antes conhecidas como espectadores agreguem valor umas às outras, todos os dias (SHIRKY, 2011, pg. 41).

O ambiente de interação que torna isso possível é denominado ciberespaço, e ele surge como “a ferramenta de organização de comunidades de todos os tipos e de todos os tamanhos, não só em coletivos inteligentes, mas também como o instrumento que permite esses coletivos inteligentes articularem-se entre si” (LÉVY, 2010, p. 135). A partir do compartilhamento e dentro do ciberespaço, emergiu a cibercultura, neologismo o qual se especifica como “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes,

de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 2010, p. 17).

A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um lado social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a união em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração (LÉVY, 2010, p. 132).

As comunidades virtuais são uma porta de entrada para discussão de assuntos de interesse mútuo, além de criação e compartilhamento de conteúdo. A possibilidade de participação do público nessa comunidade e com o seu objeto de interesse define o conceito de cultura participativa. Os consumidores se sentem importantes e têm preferência pelos conteúdos de empresas e marcas quando suas opiniões são ouvidas, ainda mais quando suas ideias e criações têm possibilidade e facilidade de serem introduzidas na comunidade oficial que tanto admiram.

O prazer em você também poder brincar disto (criar algo) não reside apenas no fazer, reside também no compartilhar. A expressão “conteúdo gerado por usuários”, a marca atual para atos criativos feito por amadores, na verdade, descreve atos não apenas pessoais, mas também sociais. (SHIRKY, 2011, p. 23).

De acordo com Lévy (2010), o ciberespaço acaba se tornando uma forma de entrar em contato uns com os outros não mais em função de seu nome ou de sua posição geográfica, mas a partir de centros de interesses. Há muitos que veem esse interesse por determinado assunto como uma “paixão”, se dedicam e encontram refúgio em sua comunidade virtual. Alguns acabam levando tão a sério sua participação que ela acaba sendo uma parte essencial e necessária do dia a dia.

Podemos, portanto, sustentar que as assim chamadas “comunidades virtuais” realizam de fato uma verdadeira atualização (no sentido da criação de um contato efetivo) de grupos humanos que eram apenas potenciais antes do surgimento do ciberespaço (LÉVY, 2010, pg. 132).

A ligação entre os diversos meios de comunicação, do poder que o consumidor detém atualmente de buscar pelos seus interesses e pelo seu direito de também produzir, pode ser denominado de cultura de convergência. A convergência é um processo que alterou a relação entre tecnologias existentes, mas mais que isso, ela está ocorrendo “(...) dentro do cérebro dos consumidores e dentro dos mesmos grupos de fãs. A convergência

envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (JENKINS, 2009, p. 44).

A cultura dos fãs foi e continua sendo importante, pois delibera parte essencial do desenvolvimento inicial, presente e futuro da interação entre as pessoas e suas “paixões”. Segundo Jenkins (2009, p. 188), “Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno”. Organizações que apostam no contato com esses grupos podem, desde o princípio, desenvolver um laço com seu público, seja através da atribuição de seus pedidos.

Os fãs fazem parte do grupo de consumidores que muitas vezes mantêm vivo o que quer que seja seu objeto de admiração, pois suas demandas atingem a eles e também outros consumidores, inclusive os que não participam assiduamente de comunidades para debater e reivindicar seus desejos.

(...) assim, podem intensificar o papel que a comunidade desempenha em suas decisões de compra; aumentam o número de consumidores potenciais que interagem com a comunidade e ajudam a levar consumidores casuais a um envolvimento mais intenso com o produto (JENKINS, 2009, p. 119).

Daqui em diante o foco se volta em específico ao jogo *Counter-Strike* e suas contribuições através das referências utilizadas, buscando entender como a conexão, o ciberespaço e a convergência se fizeram essenciais para manter o jogo sua comunidade.

2. O JOGO *COUNTER-STRIKE*

O primeiro jogo da série *Counter-Strike* surgiu para a plataforma *Windows* em 1999. Durante todos esses anos, até 2019, o *CS*⁵ passou por algumas versões chegando na atual, chamada *Global Offensive*, lançada em 2012. A narrativa em foco na série de jogos *Counter-Strike*⁶ baseia-se na disputa entre duas equipes pela vitória na maioria das rodadas. O jogo é inserido na categoria de *FPS*⁷. As partidas no modo competitivo têm 30 rodadas com tempo total de 90 minutos. São 10 jogadores divididos entre “terroristas” e “contra-terroristas”. Os “terroristas” precisam armar a bomba e protegê-la até que

⁵ Abreviação para *Counter-Strike*.

⁶ O jogo é recomendado para maiores de 18 anos.

⁷ Significa *First Person Shooter*, em português, Tiro em Primeira Pessoa.

exploda, enquanto os “contra-terroristas” têm a função de proteger os locais de invasão, ou caso a outra equipe consiga invadi-lo, de desarmar a bomba. Se uma equipe eliminar a outra antes de alcançar esses objetivos, a vitória da rodada é antecipada.

O cenário do *Counter-Strike* começou a crescer como comunidade logo em seu princípio, levando em consideração que o jogo em si começou como uma modificação criada pelos próprios jogadores para outro jogo, o *Half-Life*⁸, que foi o título de lançamento da empresa Valve Corporation.

Em 2003, a Valve criou o Steam, um canal de distribuição de conteúdo digital que se transformou em uma plataforma para milhares de criadores e editores estabelecerem relações diretas com seus clientes. A Comunidade Steam, dentro do *software*, permite que milhões de jogadores façam o mesmo, compartilhando entretenimento, ideias e fazendo amigos. O contato com os consumidores através da plataforma é essencial. Não apenas em relação ao *Counter-Strike*, pois a plataforma se estende aos mais variados jogos, que também têm disponível o espaço para quem desejar criar conteúdo. Como Jenkins (2009, p. 228) define “... os fãs mais dedicados são mais propensos a serem atraídos por empresas e produtos que apoiam os *modders*⁹, pois sabem que poderão obter conteúdo gratuito que estende a duração dos games adquiridos”.

Shirky (2011, p. 109) traz que “essa ampliação de nossa capacidade de criar coisas juntos, de doar nosso tempo livre e nossos talentos particulares a algo útil, é uma das novas oportunidades atuais, e que muda o comportamento daqueles que dela tiram proveito”. Há quem tenha visto uma oportunidade e prefira demonstrar suas habilidades ao vivo, são os chamados *streamers*, que desenvolvem conteúdo dessa maneira. “Os usuários que geram conteúdo online estão frequentemente interessados em expandir sua própria audiência e reputação” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 91).

Uma parte importante de jogos *online* com caráter competitivo, foi a de instigar os campeonatos com disputa por prêmios “reais”. Hoje, a evolução dos campeonatos

⁸ *Half-Life* é um jogo eletrônico de ficção científica. Nele, os jogadores assumem o papel de Dr. Gordon Freeman, um físico teórico que deve lutar para fugir de um centro de pesquisa secreto e subterrâneo cujos experimentos e pesquisas com tecnologia de teletransporte tiveram resultados desastrosos. A IGN (*Imagine Games Network*) classificou *Half-Life* como o maior jogo de tiro em primeira pessoa de todos os tempos, declarando que “quando se olha para a história dos jogos de tiro em primeira pessoa, tudo se resume muito claramente em eras pré-*Half-Life* e pós-*Half-Life*”.

⁹ Pessoa que cria modificações ou “*mods*” para jogos, através da manipulação do conteúdo e código, usualmente por aplicações disponibilizadas pelos desenvolvedores do jogo.

chegou ao conceito de *e-sport*¹⁰, local onde os *pro-players* demonstram suas habilidades. Eles são jogadores profissionais de *games* digitais, que são contratados por uma equipe, com rotinas de treinamento, até a hora do confronto em campeonatos oficiais. Campeonatos estes, que saíram de um pequeno local para as arenas, com direito a torcedores, narração e transmissão ao vivo por canais de esporte e por *streams online*.

3. PARTICIPAÇÃO, COMUNIDADES E COMPORTAMENTOS “TÓXICOS”

Numa sociedade existem regras de conduta e como em qualquer comunidade, a de um jogo digital não poderia ser diferente, independentemente do local onde esses jogadores se reúnam, salas de chat, *lobby*¹¹, *streams*, fóruns ou nas partidas. As regras partem do respeito ao próximo, tratando da moral dos usuários, e vão até as soluções automáticas para conflitos definidas pelos ambientes navegados.

No momento atual, as atitudes de alguns participantes na comunidade do *Counter-Strike* estão sendo bastante discutidas no mundo dos *games*. Muitos jogadores dizem nunca ter visto uma comunidade mais “tóxica” que essa, geralmente, inclinada a desrespeitar e agredir o lado mais frágil, o das minorias. Pessoas iniciantes e mulheres sofrem bastante pressão do grupo maior, levando em consideração que a maioria do público de jogos estilo *CS* são homens. Mulheres usualmente são alvo de machismo e assédio. Crianças também, apesar de se tratar de um jogo para maiores de 18 anos, essa norma acaba sendo fácil de burlar, havendo a identificação da criança, acontece o *bullying*. Segundo um artigo no blog Techtudo¹²:

Comportamentos tóxicos são aqueles que excedem o limite da competitividade e da disputa justa e agradável. Usuários considerados tóxicos prejudicam outros jogadores individualmente ou atrapalham até mesmo toda a sua equipe. Xingamentos diversos, racismo, xenofobia, agressão verbal, assédio, discurso de ódio e *bullying* são algumas das ações nocivas de alguns desses jogadores nas comunidades.

¹⁰ Esporte eletrônico, ciberesporte ou e-sports, são alguns dos termos usados para as competições organizadas de jogos eletrônicos, especialmente entre os profissionais.

¹¹ Logo ao entrar no jogo você estará no *lobby*, em português saguão.

¹² FONSECA, Gabrielle. O que é toxicidade? Entenda significado de postura proibida em jogos: Comportamento violento e preconceituoso pode banir você de jogos como Dota 2, CS:GO e LoL. 2018. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/07/o-que-e-toxicidade-entenda-significado-de-postura-proibida-em-jogos-esports.ghtml>>. Acesso em: 29 nov. 2018.

Ainda há aqueles que buscam partidas apenas para “trollar”¹³, jogando mal de propósito, ou usando *softwares* proibidos, que dão vantagem ao jogador, os chamados “*hacks*”¹⁴. Ambas essas caracterizações de jogadores aparecem como um problema, dificultando o trabalho em equipe e a ética na partida. O próprio jogo dispõe de uma ferramenta para “reportar” os jogadores suspeitos e infratores das regras, além da possibilidade de denúncia no perfil do jogador no Steam.

Devido a essas situações, muitos jogadores decidiram parar de jogar *Counter-Strike*, concluindo que não vale a pena “sofrer”, em decorrência desses jogadores “tóxicos”. Numa primeira visão parece que essas ações acontecem raramente, mas infelizmente são habitualmente relatados por jogadores¹⁵ em seus grupos de amigos, vídeos e até ao vivo em *streams*.

Quando existe uma economia moral firme, o público geralmente polícia suas próprias ações, chama a atenção daqueles que acham que prejudicam a integridade de uma plataforma ou daqueles que minam acordos informais com produtores e distribuidores comerciais (JENKINS, FORD, GREEN, 2014, p. 94).

Através dos apontamentos realizados até aqui, várias questões relacionadas à comunidade surgem. Para uma averiguação mais profunda foi aplicado um questionário para conhecer a realidade atual da comunidade e buscar compreendê-la.

4. PESQUISA COM A COMUNIDADE DO *GAME COUNTER-STRIKE*

Fazer parte da comunidade, vivenciar e compartilhar experiências, fez surgir vários questionamentos na busca de uma análise mais profunda sobre o ambiente. Dessa forma, buscou-se verificar se a comunidade se reconhece como um movimento, se os jogadores percebem que fazem parte dela e o que faz com que o jogo continue sendo tão difundido entre antigos e novos jogadores.

¹³ *Trollar* é uma gíria da internet que significa zoar, chatear, tirar o sarro.

¹⁴ Definição de jogadores que utilizam programas com modificação ao jogo, como uma trapaça. Contudo, é interessante perceber que até mesmo esses programas são contribuições da cultura participativa, pois são criados a partir de pessoas que conhecem sua logística e desenvolvimento, podendo até se encaixar no *fandom*. Os *fandoms* são um tipo de coletividade (no qual agem como comunidades em vez de indivíduos) e conectividade (no qual seu poder é ampliado por seu acesso às comunicações ligadas em rede) cuja presença está sendo sentida na cultura contemporânea (JENKINS, 2009, pg. 210).

¹⁵ A autora do estudo é participante da comunidade do CS há 10 anos, e constata em praticamente cada partida jogadores com características consideradas “tóxicas”.

O estudo de caso com a comunidade do jogo trouxe a possibilidade de trabalhar a percepção das pessoas participantes. Goode e Hatt (1979, p. 421-422) definem o estudo de caso como um método de olhar para a realidade social, “... não é uma técnica específica. É um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado”. Trata-se de uma abordagem que considera qualquer unidade social como um todo, incluindo o desenvolvimento dessa unidade.

Para o estudo, elaborou-se 24 perguntas que foram respondidas por jogadores de CS. O questionário foi distribuído através do *chat* no Steam, e de um grupo no *Facebook*, denominado CS:GO AMIZADES E TROCAS. A pesquisa ocorreu de forma *online*, do dia 08/11/2018 a 12/11/2018 e obteve 102 respostas. A opção de ser uma pesquisa *online* se pela facilidade e por ser um jogo imerso nesse ambiente.

O perfil dos jogadores, segundo os dados coletados, mostra que a grande maioria (99) dos jogadores é do sexo masculino, sendo apenas três, do feminino. As idades dos entrevistados variam bastante, de 15 a 38 anos¹⁶. Em um panorama mais geral, a soma dos jogadores com menos de 30 anos demonstra que são a grande maioria, 98 dos 102 participantes. Em relação ao tempo em que os jogadores iniciaram sua trajetória dentro do jogo, a maior parte, 38 *gamers*, jogam entre 2 e 5 anos. Surpreendentemente, 33 participantes da pesquisa responderam que jogam há mais de 10 anos, acompanhando a evolução do jogo desde então. Se somadas as respostas entre 5 a 10, e mais de 10 anos, o resultado é 60 pessoas, mais da metade do total de entrevistados. É um número significativo e leva a crer que a maioria dos jogadores tem um bom conhecimento da mecânica, jogabilidade e regras do jogo e também de sua comunidade, pois a vivência há muito tempo.

Nesse momento, a análise se volta para compreender que condições os jogadores encontraram para conhecer e se envolver com o jogo. A maioria das respostas contém “amigos, diversão e *lan house*”, o que remete à febre que foram esses estabelecimentos nos anos 2000, na incrível disseminação do jogo em sua versão chamada *Counter-Strike* 1.6, e aonde compartilhar um ambiente físico com os amigos era imprescindível. Cabe ressaltar, que a pergunta no questionário era aberta, e as respostas abrangeram mais de uma opção, portanto elas foram categorizadas para a análise. Diante das respostas que

¹⁶ O jogo é indicado para maiores de 18 anos devido ao conteúdo considerado violento, e ainda assim, a pesquisa mostrou pelo menos 18 jogadores abaixo dessa indicação.

evidenciam a febre que foram as *lanhouses*, é possível criar o *link* entre o interesse em tecnologia, jogabilidade e os campeonatos, outros fatores destacados que levaram os entrevistados a terem seu primeiro contato com o *game*. Alguns destes jogadores emergiram dessa efervescência na época, como os brasileiros Gabriel "FalleN" Toledo e Marcelo "coldzera" David que permanecem até hoje como figuras-chave dessa “época de ouro” da qual surgiram vários torneios competitivos e o time nacional MIBR¹⁷.

Durante a trajetória do *CS*, inúmeros jogadores passaram pelos bancos de dados do jogo, desde a primeira modificação do *Half-Life* em 1999 até a versão atual *Global Offensive* de 2012 e que permanece até hoje. A pesquisa incluiu também uma questão sobre o que os entrevistados pensam que contribui para que novos jogadores busquem o jogo, e os antigos permaneçam há tantos anos jogando a mesma coisa. Grande parte dos jogadores antigos justifica permanecer no jogo por já se tratar de uma “tradição”. Onde a jogabilidade, a busca por diversão e a amizade são itens que contribuem para esses jogadores antigos. São 33 respostas afirmando que o jogo é uma tradição. Já aos novos, os entrevistados sugerem que a busca deles pode se dar pelos baixos requisitos necessários para fazer o jogo funcionar em um computador, a jogabilidade e o grande marketing que é feito através dos campeonatos, o que segundo eles, é o que mais chama a atenção de novos jogadores. Atualizações e a qualidade do *game* são fatores que abrangem ambas categorias, pois tanto jogadores antigos se satisfazem com novidades, quanto jogadores novos.

Um dos objetivos deste estudo é compreender se os jogadores de *Counter-Strike* se sentem integrados em uma comunidade, e se os mesmos reconhecem que ela existe. Para isso, perguntas nessa perspectiva foram incluídas no questionário. Num primeiro panorama da questão, 100 dos 102 entrevistados acreditam que o jogo promoveu sim o surgimento de uma comunidade específica.

Quanto a se sentir parte dessa comunidade, 13 dos 102 entrevistados responderam que não se sentem integrantes dela. Ao serem questionados quanto aos motivos para pensar dessa maneira, alguns jogadores comentaram sobre a falta de parceria para partidas, não ter um *hardware* que suporta o jogo, e alguns que apenas jogam ocasionalmente. Há um entrevistado que diz não se enquadrar como *troll* e *rager*, ou seja,

¹⁷ MIBR, também conhecida como *Made In Brazil*, é uma organização brasileira de esportes eletrônicos fundada em 2003.

a parte da comunidade poluída que segundo a opinião dele é a “massa” do CS, e que, portanto, ele não faz parte disso.

Foi realizada uma pergunta para saber se os jogadores acreditam que contribuem para a continuidade e manutenção da mesma. E se sim, de que maneira eles acreditam que fazem isso. Entre as alternativas propostas no questionário, a grande maioria dos participantes apontou que acompanha, tanto assistindo campeonatos, *streamers* ou conteúdo em plataformas como Youtube, Twitch e Facebook, mais do que criando e incorporando conteúdo na plataforma Steam, nas redes, ou modificações. Alguns contribuem continuando a jogar versões antigas do jogo, e outros percebem que contribuem com a comunidade denunciando jogadores mal-intencionados.

JENKINS, FORD e GREEN (2014) discutem em Cultura da Conexão a forma como membros de determinadas comunidades aprendem sobre participação e apoiam essa participação uns dos outros. Os autores sugerem que as pessoas, no início, aprendem observando “de longe” que certas atividades básicas podem representar posições vantajosas para um maior engajamento e que indivíduos-chave (como moderadores, *streamers* e jogadores profissionais) ajudam a motivar o progresso dos outros. Atualmente, uma grande maioria de jogos dá a opção do jogador ser também um criador de modificações, seja oficialmente ou não-oficialmente. As empresas de *games* percebem que a participação da comunidade é uma reivindicação dos consumidores e também uma oportunidade para evoluir o jogo e expandir suas fronteiras, tornando isso um atrativo para outros jogadores. Numa das questões, que foi relacionada à importância que a comunidade dá ao jogo por possibilitar ser um co-criador, a maioria dos pesquisados respondeu ser relevante o *Counter-Strike* permitir adição de material criado por jogadores. Essa participação da comunidade através da criação de conteúdo é um requisito importante nos jogos da atualidade, tanto que a grande maioria que respondeu a pesquisa acredita que sim, é um requisito com relevância, pois pode atrair novos talentos relacionados à programação, edição de imagens e vídeos, e é uma maneira de trazer inovação, tornar o jogo mais atrativo, diversificar a jogabilidade e inclusive abrir caminhos para outros desenvolvedores. Como algumas respostas relatam abaixo:

- Sim, pois a tecnologia está em constante mudança e evolução. O jogo mudou muito desde as primeiras versões, graças a ideia e opiniões de jogadores profissionais e amadores.
- Uma coisa que faz um bom jogo é a distribuidora prestar atenção no *feedback* dos jogadores e o jogo evoluir conforme for jogado. Adicionando a

possibilidade de adicionar conteúdo criado pelos próprios jogadores, essa interação é ainda maior.

Apesar de haver algumas respostas negativas, a maioria, como apontado, reforça que a participação do público é essencial para um bom desempenho do produto. A importância e a preferência dada a empresas e marcas que levam em consideração opiniões e agregam conteúdo dos fãs é inevitável, ainda mais na era digital, onde os centros de interesses são mais importantes que nome ou posição geográfica e a convergência facilita o acesso em diversos dispositivos.

Como conclusão em uma das perguntas mais significativas do questionário, um grande número de entrevistados respondeu que teve o primeiro contato com o jogo através de amigos e familiares. Foi questionado aos *players* para que respondessem se mantêm vínculo com outros jogadores fora do ambiente do *Counter-Strike*, dos 102 entrevistados, 94 responderam que sim¹⁸, portanto, indicando que a maioria continua compartilhando partidas com pessoas próximas, mesmo que sendo virtualmente. Na questão seguinte, ainda dentro da convivência, se questiona se as amizades são um combustível para se manter jogando, e o porquê. Novamente, a maioria responde que sim, pois “jogar jogos *online* sozinho é extremamente cansativo e chato”, como comenta um entrevistado. E ainda, há os que encontram novas amizades, ou mantêm os de longa data, e como resultado, se divertem.

A comunidade do *Counter-Strike* na atualidade, está transmitindo uma imagem de jogadores mal-educados e desrespeitosos. São diversos vídeos¹⁹ no *Youtube* com partidas comprovando esse fato, e diversos artigos em fóruns²⁰ na internet. Para conferir se essas informações condizem, os pesquisados também foram questionados a respeito. Quase 100% dos entrevistados responderam que já sofreram com jogadores que foram desrespeitosos de alguma forma durante partidas de *Counter-Strike*, um número alarmante. No questionamento seguinte, foi solicitado que fosse categorizado esse tipo de desrespeito, onde era possível marcar mais de uma alternativa, dentre as sugeridas, *trolls*,

¹⁸ Muitos buscam dividir as partidas com um “time fechado”, ou seja, quando os cinco integrantes da equipe já partem do lobby em busca de uma partida, para evitar descontentamento em relação a pessoas aleatórias desconhecidas.

¹⁹ Diversos vídeos disponíveis numa rápida busca
<https://www.youtube.com/results?search_query=cs+toxico>.

²⁰ Tópico “Acha que eu devo arriscar e comprar *CS:GO*?”
<<https://steamcommunity.com/discussions/forum/27/622954747301987380/>>.

haters, *hacker* e *bullers* foram massivamente marcadas. Em uma breve definição desses termos, o *troll* é utilizado como gíria na internet, designando uma pessoa cujo comportamento ou comentário desestabiliza uma discussão. *Hackers* são jogadores que utilizam artifícios externos ao jogo, para facilitar sua vida, ampliando habilidades, armas e potencial de vencer os adversários, tudo isso alterando o *software*. O termo *hater* é bastante utilizado na internet para classificar algumas pessoas que praticam "bullying virtual" ou "cyber bullying", e acaba sendo um sinônimo de *buller*, que por sua vez é quem pratica atos violentos, intencionais e repetidos, contra uma pessoa indefesa, que podem causar danos físicos e psicológicos às vítimas. No campo outros, apareceram alternativas como estrangeiros, preconceituosos e machistas... É interessante destacar que na opção "outros" surgiram 2 respostas sobre machismo, e o questionário teve 3 participantes do sexo feminino. Diante dessas situações, na próxima questão os entrevistados são indagados se já se sentiram desmotivados a continuar jogando após sofrer com esses *players*, mais da metade respondeu que sim.

Ao questionar que atitudes o entrevistado toma frente a essas situações desagradáveis, os relatos expõem que usam o *report* na partida (88 dos participantes), que é uma ferramenta disponibilizada para "denunciar" o jogador que está causando problemas, com opções que partem de conversa abusiva a *hacks*. Há os que acreditam que essa denúncia não é suficiente, e partem para a denúncia do perfil do jogador no Steam, pois há rumores de que seja mais efetivo, porém nada que seja realmente comprovado, já outros pesquisados ignoraram/mutaram²¹ a comunicação durante a partida, ou tentaram dialogar, e aos que não restou paciência, partiram para a represália com agressão verbal.

Na pergunta seguinte questiona-se o caso de o entrevistado conhecer alguém que já agiu dessa maneira, 60 responderam afirmamente. Buscando entender o porquê de um jogador participante de uma comunidade plural e coletiva agir dessa maneira, a partir das alternativas apresentadas, os entrevistados expuseram que foi: para revidar outro *player* da partida, por jogar com esse objetivo de ser incômodo aos outros, e por ser um canal para descontar raiva e frustração, ou por se sentir superior quanto a sua habilidade no jogo. Vale destacar que um número alto de entrevistados acredita que outros *players* ajam

²¹ O termo "mutar" é utilizado nos jogos *online* quando se é cortada a comunicação por áudio de um *player* com os demais.

dessa maneira para revidar outro jogador da partida, o que acaba criando uma “bola de neve” de situações ruins, que são repassadas de partida em partida. Isso acaba gerando um ambiente desagradável na comunidade. Levando em consideração todas essas situações, o questionário teve duas perguntas sobre o que os entrevistados sentem ao jogar *Counter-Strike* e se o meio interfere nesse sentimento. Obviamente os entrevistados sentem alegria, adrenalina e satisfação, afinal é o objetivo de quem joga jogos. Porém, raiva, tensão e tristeza também aparecem em grande número. Há possibilidade desses sentimentos decorrerem por atos da equipe ou de jogadores tóxicos que acabam por tornar a partida estressante e até mesmo levar à derrota. A grande maioria, 90 entrevistados, confirma que o sentimento varia sim conforme os integrantes de sua equipe e do desempenho por ela alcançado.

O ponto final do questionário era comentar o que significa para ele fazer parte da comunidade desse jogo. Majoritariamente as respostas foram positivas, refletindo satisfação, felicidade e divertimento. Segundo alguns relatos:

- Um momento onde eu possa esquecer um pouco de toda a pressão do dia a dia e focar em uma coisa diferente, mesmo que às vezes seja para passar raiva, e descontraír.
- É interessante de certo modo, pois por ser mulher vejo os dois lados de jogar online, os que aceitam acham legal e apoiam e os que não aceitam isso de forma alguma e só querem te diminuir e xingar de tudo o que for possível, mas o importante é não deixar se abater e manter o respeito acima de tudo.
- Significa manter uma jovialidade que quero carregar a vida toda. Além de me divertir(...)contar com o apoio da comunidade me faz sentir mais confortável nessa posição, e não tenho receio ou vergonha em me considerar um jogador de CS.
- Significa muita coisa, pois estou no cs por mais ou menos 10 anos... comecei no 1.6 e to aqui até hoje buscando cada dia mais ajudar pessoas novas no game... pois cs não é apenas um jogo e um estilo de vida hahaha.
- Ser ativo no jogo em si já qualifica suficientemente. Há como se aprofundar como parte da comunidade ao acompanhar grupos específicos, streamers, plataformas, grupos de criação de conteúdo ou qualquer outro meio que aja diretamente com o jogo.

Respostas que se relacionam com a ideia de comunidade virtual e participação de Levý, sobre a qual ele afirma que: “Os atores desse movimento exploraram e construíram um espaço de encontro, de compartilhamento e de invenção coletiva” (LEVÝ, 2010, p. 128). Cabe observar que, apesar dos números altos que surgiram do estudo, relacionados a jogadores tóxicos e seus efeitos na comunidade, a maioria dos jogadores permanece jogando e extraindo prazer desse ambiente social.

As poucas respostas negativas são totalmente o oposto, não há um meio termo, eles relatam que são indiferentes e que não significa “nada” fazer parte dessa comunidade. De acordo com JENKINS (2009) “nem todo consumidor de mídia interage no interior de uma comunidade virtual, ainda; alguns apenas discutem o que veem com amigos, com família e com colegas de trabalho”.

Por fim, o *Counter-Strike* é um jogo que perpassa a idade média de outros jogos, permanece em alta, independentemente das ações de jogadores mal-intencionados, não permitindo que os jogadores desistam em sua primeira decepção, fazendo com que voltem para tentar mais uma vez.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os jogos digitais acabaram se tornando muito mais que apenas diversão. Grandes comunidades surgem ao redor de grandes sucessos. O *Counter-Strike* é um jogo que demonstra a força que uma comunidade tem. Como resultados do estudo, é possível perceber que os jogadores de *Counter-Strike* têm ciência de sua comunidade, sua grande maioria participa e se sente parte dela, graças às infinitas possibilidades que o ciberespaço e a cultura de convergência trouxeram à integração. A importância da cultura participativa, em relação à co-criação dos consumidores com marcas é um ponto a ser ressaltado atualmente. De acordo com a pesquisa, no jogo, esse quesito é importante, mas menos da metade do total de participantes buscam criar para a comunidade, porém se utilizar das criações de outros jogadores é significativo, destacando que a maioria, 65 pesquisados, disseram ser esse um aspecto de colaboração relevante.

A tradição do *game*, sua jogabilidade, estratégias, competitividade e companheirismo são pontos que mantêm o jogo sendo um dos preferidos do público por mais de 15 anos. Jogadores novos sentem indiretamente o impacto criado desde as *lanhouses*, onde ocorriam pequenos campeonatos, que hoje transferiram-se para arenas lotadas, onde grande parte desses novos jogadores busca inspiração e aprendizado, além de agregar conhecimento através de próprias criações da comunidade nas mais diversas maneiras disponíveis na internet.

Inevitavelmente aparecem personagens que preferem participar da comunidade como “vilões”. Faz parte de qualquer comunidade pessoas que vão contra os princípios da mesma. Seja por vontade própria, simplesmente para causar confusão ou como forma de reação. O estudo partiu de uma busca por compreender a relação da comunidade sobre

a participação de seus jogadores com o jogo e a comunidade, porém houve um destaque muito grande relacionado aos jogadores tóxicos, que atingem direta ou indiretamente praticamente 100% dos entrevistados.

Por fim, fica evidente o amor da comunidade com o jogo *Counter-Strike*. Muitos dedicaram e dedicam horas e horas de seus dias compartilhando partidas, diversão, conhecimento e até mesmo raiva. Sua maioria, apesar de presenciar situações ruins, ainda vê um lado positivo e leva para si o conhecimento que essas situações oportunizam, replicando o que de bom fica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3 ed. Tradução de Carlos Irineu da Costa São Paulo: Editora 34, 2010.

M, Eugene. **Counter-Strike History**. Disponível em: <<https://time.graphics/line/752>>. Acesso em: 13 set. 2018.

MAGALHÃES, Bruno. **Artigo da Semana: Comportamento Tóxico em Jogos Online**. 2017. Disponível em: <<http://truegamerrevolution.com.br/artigo-da-semana-comportamento-toxico-em-jogos-online/>>. Acesso em: 29 nov. 2018.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Tradução de Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

VALVE. **At Valve we make games, Steam, and hardware**. Disponível em: <<https://www.valvesoftware.com/pt-br/about>>. Acesso em: 21 ago. 2018.

WIKIPÉDIA. **Steam**. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Steam>>. Acesso em: 22 ago. 2018.