

## **Implicações da Gamificação e Elementos de Jogo de Azar na Plataforma Roblox<sup>1</sup>**

Ivan Mussa<sup>2</sup>  
Pedro Henrique Silva<sup>3</sup>  
Universidade Federal da Paraíba

### **RESUMO**

Este projeto de pesquisa propõe a abordagem da intrusão de microtransações e elementos de jogos de azar na plataforma de videogame Roblox. Direccionamos o foco do estudo em sua interface, tentando demonstrar como o modelo de jogo como serviço, as estruturas de gamificação e a plataforma dos jogos Roblox criam uma série de processos externos ao jogo - além de modificar sua estrutura interna. Propomos que esse projeto reflita sobre a cada vez mais intensa entre videogames, jogos de azar e estratégias de persuasão que buscam aumentar o tempo e o dinheiro gastos em jogos que aderem ao modelo de serviço, em detrimento do modelo de produto. Este projeto tem como meta inicial e principal a análise de microtransações na interface da plataforma de games Roblox, de modo a investigar como elas se relacionam com modelos digitais de jogos de azar.

**PALAVRAS-CHAVE:** Roblox, jogos de azar, gamificação, jogos-serviço, plataforma do jogo.

### **Introdução**

A plataforma Roblox concatena uma série de elementos novos sobre a experiência clássica do jogo como produto (aquele em que o consumidor adquire um produto finalizado, que não recebe adições e atualizações posteriores), adaptando-a ao modelo de serviço (modelo em que o consumidor recebe atualizações constantes e é encorajado a retornar ao jogo periodicamente para acompanhá-las). Observamos que o jogo em Roblox

---

<sup>1</sup> Professor adjunto do Departamento de Mídias Digitais da Universidade Federal da Paraíba (DEMID/UFPB) e professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da mesma universidade (PPGC/UFPB).

<sup>2</sup> Bolsista de Iniciação Científica e estudante de graduação em Comunicação em Mídias Digitais da Universidade Federal da Paraíba.

não pode ser experimentado sem ser influenciado por diversas janelas extrajogo, que incorporam múltiplas camadas e atuam de forma concatenada. Embora essas funções e atividades extrajogo tenham pouco a ver com as definições clássicas de jogo (JUUL, 2003), elas afetam diretamente o seu consumo, impondo os elementos da gamificação e até mesmo mecanismos que aludem aos jogos de azar.

Para compreender essa dinâmica, dividimos o trabalho em três etapas. Primeiro, será necessário compreender como a gamificação afeta a materialidade dos videogames, relacionando-a à plataformização e aos jogos de azar. Em seguida, será realizada uma profunda revisão crítica dos estudos científicos que abordam os fenômenos decorrentes dos elementos extrajogo, buscando um repertório teórico-epistemológico adequado para investigar sua influência, sobretudo no que tange tipologias e categorizações de jogos de azar, bem como os mecanismos comunicacionais e psicológicos que garantem sua efetividade na produção de comportamentos assíduos (e até compulsivos) de jogo. Por fim, conduzimos uma análise utilizando uma metodologia mista, a ser desenvolvida no decorrer do projeto, combinando os resultados da revisão com a coleta de dados, para compreender como a interface do Roblox expressa a influência dos elementos extrajogo em sua materialidade.

### **Gamificação e sua relação com jogos de azar e plataformização**

O termo gamificação compulsória é apresentado para descrever a força motriz por trás dessa transição. Esta noção se originou do conceito de "gamificação", que apesar de ter começado nos videogames, extrapolou esse campo e se expandiu para outras áreas, como design de interação, cultura empreendedora e educação. Contudo, argumenta-se que a gamificação tem retornado ao universo dos jogos, não devido a uma reconfiguração conceitual, mas pela aplicação do repertório desenvolvido externamente, agora direcionado para o interior dos próprios videogames, trazendo consigo efeitos do capitalismo de plataforma (SRNICEK, 2017) e da gambificação - ou seja, a incorporação de elementos de jogos de azar nos videogames (JOHNSON; BROCK, 2020; ZANESCU; FRENCH; LAJEUNESSE, 2020). Protagoniza, também, a hegemonização do modelo games as a service (SOTAMAA; KARPPI, 2010), que traduzimos como "jogo-serviço".

### **Justificativa**

O projeto se justifica por manifestar a necessidade de compreensão das novas dinâmicas de jogo, permeadas pelo contato constante com a plataformização, as atualizações constantes de conteúdo e as técnicas de geração de engajamento que, em exame preliminar e segundo bibliográfica consultada previamente, empregam técnicas clássicas e recentes dos jogos de azar. Nesse sentido, além de se tratar de um exame da cultura dos games na contemporaneidade, seu modo de produção e consumo, procura-se também fazer uma análise que alimente pesquisas ligadas a compulsões, vícios e demais distúrbios que podem ser produzidos por práticas de jogo.

Propomos, preliminarmente, que não se trata de dizer que jogos viciam, mas sim que a intromissão de técnicas de design de interface e o processo de gamificação podem potencializar processos compulsivos disparados por espécies distintas de jogos de azar. Em último caso, é possível também que os videogames e os jogos de azar, no seu atual estágio digital, tenham feito contato e gerado uma indústria híbrida, que une elementos das duas tradições. Assim, acabam por operar de maneiras ainda desconhecidas pela academia, escapando de definições datadas. A perspectiva de pesquisadores especializados nos estudos de jogos, como os presentes na área da comunicação, pode ser fundamental para essa nova empreitada científica.

## REFERÊNCIAS

ASK, K.; SPILKER, H.; HANSEN, M. The politics of user-platform relationships: Co-scripting live-streaming on Twitch.tv. **First Monday**, v. 24, n. 7, 2021.

BOGOST, I. Why gamification is bullshit. In: WALZ, Stephen; DETERDING, S. **The Gameful World: Approaches, Issues, Applications**. Cambridge, MA, London: MIT Press, 2014.

CONSALVO, M.; DUTTON, N. Game analysis: developing a methodological toolkit for the qualitative study of games. **Game Studies**, v. 6, n. 1, p.117, 2006.

DE ALMEIDA MENINI, T.; PEREIRA, Vinícius A. Sonoridades e política das affordances na construção das identidades dos games: dinâmicas silenciosas do capitalismo contemporâneo na indústria do entretenimento. **Contracampo**, Niterói, v. 40, n. 3, p. 01-15, 2021.

DETERDING, S. et al. **From game design elements to gamefulness: defining "gamification"**. In: Anais do 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments (MindTrek '11). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, p. 915, 2011.

FALCAO, T.; MARQUES, D. Pagando para vencer, parte 2: serialização, power creep e capitalismo tardio em Hearthstone. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 16, n. 47, p. 530554,

2019. DOI: 10.18568/cmc.v16i47.1894. Disponível em:

<https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/1894>. Acesso em: 19 mar. 2023.

GAINSBURY, S. et al. A taxonomy of gambling and casino games via social media and online technologies, **International Gambling Studies**, v. 14, n. 2, p. 196-213, Disponível em: 10.1080/14459795.2014.890634.

GILLESPIE, T. The relevance of algorithms. **Media technologies: Essays on communication, materiality, and society**, v. 167, n. 2014, p. 167, 2014.

GRIFFITHS, Mark D.; NUYENS, F. An Overview of Structural Characteristics in Problematic Video Game Playing. **Current Addiction Reports**, Cham, v. 4, n. 3, p. 272-283, 2017.

HUOTARI, K.; HAMARI, J. A definition for gamification: anchoring gamification in the service marketing literature. **Electronic Markets**, v. 27, s. n., p. 21-31, 2017.

JOHNSON, M.; BROCK, T. The gambling turn in digital game monetization. **Journal of Gaming & Virtual Worlds**, v. 12, n. 2, p.145-163, 2020.

JUUL, Jesper. The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness. In: **Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings**, p. 30-45. Utrecht: Utrecht University, 2003.

KRIJGER, Floris. **Free to Enjoy a Precarious Ride: On Entrepreneurial Game Playing in the Platform-Based Food Delivery Sector**. Tese de Doutorado. Utrecht University. 2019.

KYE, B. et al. Educational applications of metaverse: possibilities and limitations. **Journal of Educational Evaluation for Health Professions**, v. 18,n. 32, s. p., 2021.

LANGVARDT, K. Regulating habit-forming technology. **Fordham Law Review**, v. 88, n. 1, 2019.

McGONIGAL, J. **Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World**. London: Jonathan Cape, 2011.

MUSSA, I.; FALCÃO, T.; MACEDO, T. Lazer liminar: colonização do jogo e trabalho do jogador no RappiGames. **ANTARES**, v. 12, n. 28, p. 313-340, 2020.

NARIN, N. A content analysis of the metaverse articles. **Journal of Metaverse**, v.1, n.1, 2021.

PAAVILAINEN, J. et al. Social Network Games: Players Perspectives. **Simulation & Gaming**, v. 44, n.6, p. 794820.

PARK, S.; KIM, Y. A. Metaverse: Taxonomy, Components, Applications, and Open Challenges. **IEEE Access**, v. 10, s. n., p. 4209-4251, 2022.

RAPP, A. From Games to Gamification: A Classification of Rewards in World of Warcraft for the Design of Gamified Systems. **Simulation & Gaming**, v. 48, n. 3, p. 381-401, 2017a.

RAPP, A. Drawing Inspiration from World of Warcraft: Gamification Design Elements for Behavior Change Technologies. **Interacting with Computers**, v. 29, n. 5, p. 648-678, 2017b.

ROBINSON, L. et al. Digital Inequalities 3.0: Emergent Inequalities in the Information Age. **First Monday**, v. 25, n. 7, 2020.

SIROLA, A.; SVELA, N.; SAVOLAINEN, I. et al. The Role of Virtual Communities in Gambling and Gaming Behaviors: A Systematic Review. **Journal of Gambling Studies**, v. 37, s. n., p. 165187, 2021.

SOTAMAA O.; KARPPI, T. **Games as Services**: Final Report. Tampere: TRIM Research Reports 2, 2010.

SRNICEK, N. **Platform Capitalism**. [s.l.]: John Wiley & Sons, 2017.

TERRANOVA, T. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. **Social Text**, v. 18, n. 2, p. 33-58, 2004.

VAN DOORN, N.; CHEN, J. Y. Odds stacked against workers: datafied gamification on Chinese and American food delivery platforms. **Socio-Economic Review**, v. 19, n. 4, p. 1345-1367, 2021.

WHITSON, Jennifer. Foulcaults Fitbit: Governance and Gamification. 2014. In: WALZ, Stephen; DETERDING, Sebastian. **The Gameful World**: Approaches, Issues, Applications. Cambridge, MA, London: MIT Press, 2014.

WHITSON, J.; FRENCH, M. Productive play: The shift from responsible consumption to responsible production. **Journal of Consumer Culture**, v.14, n. 2, p. 196-213, 2021.

WOODCOCK, J.; JOHNSON, M. Gamification: What it is, and how to fight it. **The Sociological Review**, v. 66, n. 3, p. 542-558, 2018.

ZANESCU, A.; FRENCH, M.; LAJEUNESSE, M. Betting on DOTA 2's Battle Pass: Gamblification and productivity in play. **New Media & Society**, v. 23, n. 10, 2021.