

O jogo-trabalho em MMORPGs: uma discussão acerca da economia política de jogos massivos¹

Leonor Jungstedt²
Universidade Federal Fluminense - UFF

RESUMO

Os MMORPGs (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Games*) desafiam as teorias clássicas dos estudos de jogos ao integrar sistemas econômicos complexos, assumindo contornos produtivos que desafiam a separação tradicional entre trabalho e lazer. Nestes ambientes, jogadores não apenas consomem conteúdo, mas produzem o próprio jogo ao manter economias internas, criar itens, interagir socialmente e sustentar comunidades ativas: elementos essenciais para o funcionamento e rentabilidade do jogo. A partir de conceitos como *playbor*, prosumo e trabalho semiótico, este artigo revisa a literatura acerca da economia política dos MMORPGs, propondo uma releitura que reconhece o jogador como trabalhador imaterial, cuja produção, a experiência de jogo, é apropriada pelas empresas sob regimes de propriedade intelectual.

PALAVRAS-CHAVE

MMORPG; economia política da comunicação; trabalho digital; prosumo.

CORPO DO TEXTO

Introdução

Os MMORPGs (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Games*) subvertem a concepção tradicional do jogo como atividade separada das estruturas econômicas. Marcados por mundos persistentes habitados simultaneamente por milhares de jogadores, esses jogos criam ecossistemas onde o progresso dos personagens depende da realização de tarefas repetitivas, como coleta de recursos, *crafting*, combate e troca de itens. Essas ações não apenas movem a experiência do jogador, mas também mantêm viva a economia interna do jogo, com dinâmicas de oferta e demanda semelhantes às do mercado real.

A economia virtual de MMORPGs é gerada e mantida por ações de jogadores entre si: casas de leilão, trocas diretas e sistemas de *crafting* transformam o jogador em produtor e consumidor simultaneamente, configurando um ciclo constante de trabalho virtual. A

¹ Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM/UFF). Email: leonor.jung@gmail.com

natureza repetitiva dessas atividades, conhecida como *grind*, revela um esforço análogo ao trabalho, frequentemente não reconhecido como tal, mas central para a manutenção da infraestrutura do jogo.

Economias virtuais e o jogador como produtor do jogo

A complexidade das economias virtuais é explorada por autores como Castronova, que publicou em 2001 uma descrição detalhada da economia de *EverQuest* (Castronova, 2001). A monetização indireta dos jogos gerou práticas como *gold farming*, em que jogadores acumulam recursos virtuais para vender por dinheiro real. Embora frequentemente proibida pelas empresas desenvolvedoras, essa prática se disseminou, especialmente em regiões de mercado de trabalho precarizado, revelando o potencial econômico concreto de ações realizadas dentro do ambiente virtual (Dibbell, 2007).

Além de criar bens virtuais, existe também a leitura acadêmica dos jogadores como coprodutores da sua experiência de jogo. Em MMORPGs, a presença contínua de outros jogadores é condição essencial para que o jogo exista em sua forma completa. Assim, o ato de jogar torna-se produtivo não apenas pelos recursos gerados, mas também pela manutenção da comunidade e da estrutura social que sustenta o jogo. Humphreys (2005) e Dyer-Witheford e de Peuter (2009) argumentam que os jogadores constroem o valor do produto ao se engajarem em redes sociais, gerarem conteúdo e moldarem a experiência coletiva, elementos apropriados pelas empresas por meio da propriedade intelectual.

Essa produção social e experiencial do jogo tem sido interpretada por diferentes autores por meio de conceitos como *trabalho gratuito* (Terranova, 2000), *trabalho imaterial* (Hardt e Negri, 2001), *prossumo* (Toffler, 1980) e *playbor* (Kücklich, 2009). Ainda que esses termos revelem aspectos do envolvimento produtivo dos jogadores, poucos autores os inserem em uma teoria ampla de valor. Uma exceção é Jordan (2005), que, com base em Marx, analisa o tempo como único fator de produção nos MMOs, observando que os jogadores “alugam” os meios de existência virtual, mesmo sendo responsáveis pela totalidade da produção.

4. A Experiência como Mercadoria

Para além da produção de bens internos, o verdadeiro produto gerado nos MMORPGs é a própria experiência de jogo. Dantas (2022) propõe a leitura desse fenômeno através do conceito de *trabalho semiótico*, em que a produção de significado, informação e cultura se converte em valor econômico. Os jogadores produzem o jogo como experiência vivida, consumida instantaneamente por seus pares, num ciclo simultâneo de produção e consumo.

O código do jogo funciona como meio de produção, mas a experiência só se completa com a ação dos jogadores. A vitalidade de um MMORPG depende diretamente de sua comunidade, e a empresa que detém os direitos do jogo lucra com essa produção contínua, apropriando-se tanto do conteúdo simbólico quanto dos dados comportamentais gerados pelos usuários. Essa estrutura assemelha-se ao modelo das plataformas digitais, onde o usuário é ao mesmo tempo consumidor e produtor de valor, em relações mediadas por contratos de uso e amparadas pela propriedade intelectual.

5. Considerações Finais

A literatura sobre MMORPGs reconhece amplamente o papel produtivo dos jogadores, especialmente no contexto das economias internas e das práticas como o *gold farming*. No entanto, há lacunas em análises centradas na produção da experiência. Recentrar a discussão nessa perspectiva permite compreender o jogador como elemento fundamental da cadeia produtiva da indústria cultural digital, cuja atividade gera valor continuamente apropriado pelas empresas. Os MMORPGs não apenas simulam o trabalho: eles o incorporam como parte essencial de seu funcionamento e sustentabilidade econômica.

REFERÊNCIAS

CASTRONOVA, Edward. **Synthetic worlds: the business and culture of online games**. Chicago: University of Chicago Press, 2005.

DANTAS, Marco. Informação, trabalho e capital. In: MOURA, Dênis et al. (org.). **O valor da informação: de como o capital se apropria do trabalho social na era do espetáculo e da internet**. São Paulo: Boitempo, 2022.

DIBBELL, J. The Life of the Chinese Gold Farmer. **The New York Times Magazine**, 2007. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2007/06/17/magazine/17lootfarmers-t.html>.

DYER-WITHEFORD, Nick; DE PEUTER, Greig. **Games of empire: global capitalism and video games**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009. (Electronic Mediations, v. 29).

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Empire**. Cambridge: Harvard University Press, 2001.

HUMPHREYS, Sal. Productive players: online computer games' challenge to conventional media forms. **Communication and Critical/Cultural Studies**, Abingdon, v. 2, n. 1, p. 37–51, 2005.

JORDAN, Tim. Virtual economics and twenty-first century leisure. **Fast Capitalism**, Arlington, v. 1, n. 2, 2005. Disponível em: <https://fastcapitalism.journal.library.uta.edu/index.php/fastcapitalism/article/view/50>. Acesso em: 12 set. 2024.

KÜCKLICH, Julian. Precarious playbour: modders and the digital games industry. **The Fibreculture Journal**, n. 5, 2005.

KÜCKLICH, Julian. Virtual worlds and their discontents: precarious sovereignty, governmentality, and the ideology of play. **Games and Culture**, Thousand Oaks, v. 4, n. 4, p. 340–352, 2009.

TERRANOVA, Tiziana. Free labor: producing culture for the digital economy. **Social Text**, Durham, v. 18, n. 2, p. 33–58, 2000.

TOFFLER, Alvin. **The third wave: the classic study of tomorrow**. New York: Random House Publishing Group, 1980.