

6.03.04 - Economia / Crescimento, Flutuações e Planejamento Econômico

MERCADOS E INFLAÇÃO: COMO OS VIDEOGAMES DEIXARAM DE SER COISA DE CRIANÇA

Igor Rogério Alves Pinto^{1*}, Felipe Ito Tahira², Willian Girarde³

1. Estudante do ensino médio do Colégio Carbonell, em Guarulhos/SP;

1. Estudante do ensino médio do Colégio Carbonell, em Guarulhos/SP;

2. Orientador do Programa Syans de Iniciação Científica.

Resumo:

Videogames que adotam qualquer forma de comércio entre *players*, em algum momento, terão de lidar com o problema da inflação dos preços de seus itens. Assim como nos mercados reais, não existe uma solução definitiva na economia virtual que a livrará permanente da diminuição do poder de compra da moeda. Procurando identificar as causas da inflação no gênero *Massive Multiplayer Online Role Playing Game*, o trabalho analisou a estrutura desse tipo de jogo, apontando potenciais pontos nos quais as mecânicas do próprio game ou *players* poderiam estar influenciando nos preços. Além de estudar a inflação em mercados virtuais, a pesquisa feita também tenta provar que não basta simplesmente saber do que as crianças (ou o público alvo) querem quando se trata de design de games, mas que é preciso trabalhar com diversos profissionais para garantir o sucesso do jogo.

Palavras-chave: economia; inflação; videogames

Trabalho selecionado para a JNIC pela instituição: Colégio Carbonell

Introdução:

No início da indústria, os videogames eram produzidos com as faixas etárias mais jovem em mente, pois estes não eram muito seletivos com o produto que recebiam. Hoje os jogos são desenvolvidos para públicos de todas as idades, desde crianças até adultos. Devido ao aumento da exigência do mercado consumidor, as empresas foram forçadas a entregar jogos com altos padrões de qualidade, passando a oferecer produtos para todos os consumidores. Com isso, a indústria entrou em uma era no qual seus jogos deveriam oferecer opções que não seriam vistas em games de crianças; por exemplo, a possibilidade de jogadores interagindo entre si em leilões e mercados.

Os MMORPG's (*massive multiplayer online role playing games*) tornaram-se um dos gêneros mais populares de videogames, sendo capazes de apelar tanto para jogadores mais novos quanto para os mais velhos. Por conta do número de usuários, as desenvolvedoras dos MMORPG's puderam criar sistemas que promovem interações econômicas entre os jogadores, que se tornaram padrão na indústria. Neles, os *players* são inseridos em um ciclo interminável de quatro fases: explorar; coletar; gastar e melhorar. Os jogadores devem primeiro explorar o mundo do jogo; depois, coletar e estocar seus recursos; em seguida, gastá-los na produção de equipamentos que, por fim, irão melhorar seus personagens. Todas as fases do ciclo requerem imperativamente o comércio, de tal forma que o progresso no jogo fica impossível sem ele.

Para manter uma economia estável, os games contam com dois mecanismos controladores: o *spawning* (surgimento de criaturas), que funciona como emissor de moedas, e os *money sinks* (ralos de dinheiro), que atuam como impostos. Ao serem mortos, as criaturas recompensam *players* com dinheiro do jogo (como ouro ou cédulas), em quantidade proporcional à força do monstro, pondo dinheiro em circulação. Os *money sinks*, por outro lado, retiram moedas do mercado para equilibrar a mecânica do *spawn*. Eles o fazem através de penalidades pelas ações dos *players* ou taxas por serviços, como reparos de armas ou agilidade nas viagens. Os *money sinks*, contudo, não se aplicam ao comércio entre *players*. Quando se trata de mercados, os MMORPG's são bem liberais. Jogadores possuem total liberdade de estipular o valor que bem entenderem em equipamentos; sendo que o lucro integral da venda fica para si.

Toda a falta de regimento sobre este mercado de ativos virtuais vem, ao longo dos anos, causando a deterioração do poder de compra da comunidade. O estrago que um sistema monetário mal planejado pode causar é quase imensurável; em alguns casos, ele pode fazer novos e antigos *players* pararem de se interessar completamente pelo jogo, tornando-o obsoleto. O período de vida de um MMORPG é longo. Contudo, falhas de design, como mercados demasiadamente liberais, reduzem drasticamente esse tempo.

Visando amenizar os danos aos jogadores e aumentar o prazo de vida do MMORPG's, o vigente trabalho identificou alguns dos principais males do gênero e procurou, em exemplos do mundo real, possíveis modelos de organização financeiras capazes amenizar os danos do descontrole financeiro.

Metodologia:

Através de pesquisa em fóruns de debate, sites especializados e baseado na experiência de um dos autores, realizou-se um levantamento de reclamações mais constantes nos MMORPG's modernos e constatou-se que todos sofriam com algum grau de inflação.

Para analisá-la de forma mais crítica e construtiva, o trabalho estudou a estrutura econômica do gênero junto com o comportamento dos *players*. Utilizando critérios como o número de jogadores, de queixas online e a popularidade do jogo, foram escolhidos EVE ONLINE, Diablo II e Maple como objetos de pesquisa. Reunindo quais eram as mecânicas semelhantes entre eles e comparando quais problemas eram recorrentes com a frequência que apareciam, foi criado um Modelo Genérico de MMORPG (MGM).

Além de estudar mecânicas particulares de MMORPG's, o trabalho pesquisou casos extremos no qual a produtora teve de trocar completamente a moeda do jogo e casos no qual a hiperinflação foi contida. Depois foi feita uma análise de quais medidas foram bem sucedidas e se poderiam ser inclusas no MGM como solução para a maioria dos MMORPG's.

No MGM, os tipos de *players*, as mecânicas essenciais para a economia e o destino da moeda foram propriamente identificadas e mapeados. Por motivos práticos, o trabalho admite que o MGM está no fundamento dos MMORPG's modernos, já que rastrear os aspectos fundamentais de todos os jogos é virtualmente impossível.

Com o MGM, a moeda oficial pode ser rastreada desde suas origens, passando por intermediários até seu destino final, Com o auxílio de jogadores de Maple e Diablo II, verificou-se que todas as formas de moeda provêm do saque de monstros, que são depois trocados por itens tanto de NPC's quanto de outros jogadores. Contudo, os entrevistados também apontaram que, por mais que o jogo obrigue os *players* a gastar com itens e serviços como viagens rápidas, reparos ou melhorias permanentes, eles sempre conseguiam repôr o valor gasto em apenas alguns minutos com relativamente poucas dificuldades. Outro detalhe importante apontado foi a rápida e progressiva desvalorização da moeda oficial.

Por meio de conversas com *players* de Diablo II (tanto comerciantes como consumidores), notou-se que todos usavam como moeda de troca itens que não eram a oficial do jogo. Segundo eles, preços eram baseados no trabalho e o custo requeridos para obter o produto. Contudo, os pagamentos variavam de acordo com a "força" do item oferecido em troca. O item *Stone Of Jordan*,

por exemplo, substitui o papel do ouro no comércio do jogo. Em outras palavras, *players* de Diablo II tiveram de aderir à nova forma de pagamento, já que o ouro perdeu seu poder de compra.

Já com relação aos intermediários, de forma simplificada, o MGM separa os *players* em dois tipos: avançados e novatos. Os novatos pouco afetam a inflação, já que não são fortes o suficiente para o *grinding* (matar o máximo de monstros para coletar moedas), enquanto os avançados movimentam enormes montantes a todo momento através do comércio de itens.

Resultados e Discussão:

Baseado em informações apresentadas pelo MGM, foi possível afirmar com poucas dúvidas que a inflação nos MMORPG's é causada pela junção entre *players* que acumulam grandes fortunas e os mercados desregulados.

Conversas com *players* de MMORPG's que possuem hiperinflação revelaram que suas comunidades são as mais descontentes do gênero. Por essa frustração, produtoras que não intervieram nos mercados de seus jogos sofrem pesadamente com má repercussão do produto e a perda de consumidores.

Conclusões:

Manter mercados sem qualquer controle e confiar que os *players* competirão de forma justa para atingir o estado de preços naturais é um erro corporativo que eventualmente condenará o jogo ao fracasso. No estado em que estão, MMORPG's inflacionados sobrevivem apenas pela boa vontade dos jogadores que ainda desejam jogá-los, mas eventualmente essa boa vontade acabará e deixará enormes prejuízos econômicos às produtoras.

Muitos videogames podem tratar de temas infantis ou fantasiosos, mas isso não significa que eles são completamente desconectados do mundo e suas dinâmicas. Copiar táticas de controle da inflação dos mercados reais em virtuais não é algo que inexperientes podem fazer; portanto, é preciso um time de profissionais que provavelmente não estaria em jogos de crianças.

Referências bibliográficas

Ip, G. Economia no mundo real: como as crises financeiras e o crescimento econômico influenciam a vida das pessoas. 1ª edição. Rio de Janeiro: Best Business, 2016. 256 p.

Kishtainy, N.; Abbot, G.; Farndon, J.; Weeks, M.; Meadway, J.; Kennedy, F.; Wallace, C. O livro da economia: as grandes ideias de todos os tempos. 3ª reimpressão. São Paulo: Editora Globo, 2013. 354 p.

Thierry, G. Economia cognitiva: uma introdução. São Paulo: Beca Produções Culturais Ltda., 1999. 110 p.

Carvalho, Luiz Carlos P. Microeconomia introdutória: para cursos e contabilidade / Luiz Carlos P. Carvalho. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2000. 251 p.