

Jogo digital assistido: gameplay assistido presencialmente, editado e transmitido ao vivo¹

Letícia DALLEGRAVE²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Os jogos são artefatos sociotécnicos que possuem características específicas que os diferenciam de demais indústrias culturais e de entretenimento. Desde a sua origem, assistir partidas de jogos é um comportamento existente dentro desta cultura. A partir de trabalhos pertencentes aos *game studies*, o presente artigo objetiva fazer um breve resgate bibliográfico de como jogos podem ser consumidos como conteúdo assistido. O trabalho entende que o momento de *gameplay* entre jogo e jogador pode ser assistido presencialmente, editado através de VOD ou em tempo real através de transmissões ao vivo. O consumo de jogos como conteúdo assistido apresenta ser um comportamento presente desde o início dos jogos digitais e suas especificidades podem ser mapeadas.

PALAVRAS-CHAVE: gameplay; streaming de jogos; eSports; comunicação; jogos digitais.

INTRODUÇÃO

Os jogos (e o ato de jogar), são uma das principais fontes de entretenimento do século XXI. Seja analógico ou digital, os jogos tornam-se cada vez mais complexos e refinados e “estão em destaque nas prateleiras das lojas e nas livrarias, nas bibliotecas, bares, jornais, revistas e na televisão” (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 8). Demais indústrias do entretenimento observam com atenção a ascensão dos jogos como possíveis concorrentes, muitas vezes mais fortes e perigosos que empresas do mesmo segmento, a exemplo da Netflix que em um comunicado oficial considerou o jogo Fortnite como um perigo maior que empresas do nicho audiovisual (PATCHES, 2019).

Cabe, portanto, aos *game studies*, a função de analisar e pesquisar de como estes artefatos afetam o comportamento humano e por consequência a sociedade. Apesar do

¹ Trabalho apresentado no GP Games, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestra em Comunicação Social pela PUCRS, e-mail: leticia.dallegrave@gmail.com.

estudo do jogo ter mais de 100 anos de história, foi através do videogame na década de 70 que se intensificou a produção de novos jogos e maneiras de jogar.

Em síntese, podemos dizer que as pesquisas identificadas com os Game Studies abordam todos os tipos de jogos, problematizando-os diretamente. Suas questões são direcionadas para a configuração dos jogos propriamente ditos, para a experiência de jogo ou para a inserção social, cultural, política e econômica dos jogos (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 49).

Mais que uma indústria ou um produto de entretenimento, os jogos fazem parte da cultura. Para analisá-los, podemos utilizar diferentes abordagens teóricas, sendo considerados como artefatos culturais, comunidades e práticas de mídia (HJORTH, 2011). “Para permanecermos fiéis à perspectiva dos Game Studies, essa definição deve ser feita a partir do reconhecimento do jogo como artefato sociotécnico” (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 11). As autoras complementam esta definição diferenciando características únicas presentes nos jogos que não existem em demais produtos culturais de entretenimento. A primeira característica considera “[...] a possibilidade de alterar diretamente o conteúdo do jogo” (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 11) por parte dos jogadores. Isso significa que o jogador precisa ser ativo e ter agência para ter a experiência do jogo e a ação de jogar de fato acontecer (GALLOWAY, 2006), mesmo que em um primeiro momento seja possibilitar a progressão de uma narrativa fechada. Filmes e livros têm uma história fechada decidida pelo autor ou diretor, não sendo possível alterar aquela experiência quando vamos ao cinema ou lemos um livro. “O segundo diferencial dos jogos em relação a outros produtos culturais é a existência de regras que estabelecem objetivos e definem as estratégias válidas para alcançá-los” (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 12). As regras aparecem como parte fundamental do sistema de jogos desde as primeiras definições acadêmica do tema (HUIZINGA, 2018; CALLOIS, 2017). A existência de regras e objetivos, contudo, são fundamentais para a conceituação do que podemos entender como um jogo. O conceito formulado por Juul (2011), a partir das principais conceituações de jogos, oferece uma definição contemporânea que inclui os jogos digitais. Para ele,

Um jogo é um sistema formal baseado em regras com um resultado variável e quantificável, onde diferentes resultados recebem valores diferentes, o jogador exerce esforço para influenciar o resultado, o

jogador se sente ligado ao resultado, e as consequências da atividade são opcionais e negociáveis³ (JUUL, 2011, p. 36).

A existência de regras, a possibilidade de agência e, principalmente, uma atividade que depende de ação (GALLOWAY, 2006) marcam e diferenciam os jogos de demais produtos culturais. A expansão dos jogos como indústria ofereceu novos títulos, maneiras diferentes de jogar e novos tipos de jogadores, que, aos poucos, formaram comunidades (FRAGOSO; AMARO, 2018; HJORTH, 2011). Essa relação próxima entre artefato e jogador, aliada às mudanças tecnológicas e características da convergência midiática, jogos se transformaram em um exemplo de fenômeno de midiatização e, principalmente, remediação. “Os jogos - como um conjunto de culturas, práticas e comunidades - oferecem muito espaço para a criatividade artística, tanto em nome do jogador em geral quanto da comunidade do artista”⁴ (HJORTH, 2011, p. 43).

O *gameplay*, como conhecemos a experiência específica de interação direta entre jogo e jogador (JUUL, 2014) não é mais a única forma de relação com os jogos como artefatos. É possível entender os jogos como uma nova forma de mídia, como conjunto de práticas, espaço para formação e manutenção de comunidades online, inspiração artísticas (HJORTH, 2011), e até mesmo como metajogos (BOLUK; LEMIEUX, 2017). A aproximação direta de jogo e jogador, contudo, é responsável justamente pela criação de novas e inovadoras prática de consumo, tendo como alguns exemplos o “[...] modding (modificações de computador de jogos existentes), machinima (cinema usando ferramentas dos jogos) e culturas complementares como cosplay (jogos de fantasia) e eSports”⁵ (HJORTH, 2011, p. 10).

Dentre estes novos tipos de consumo para o jogo, sem ser a experiência direta de *gameplay*, vem ganhando grande popularidade o *streaming* de jogos e os *eSports*. Dessa maneira, assistir ao momento de *gameplay* de outra pessoa torna-se uma nova possibilidade de consumo. Esse assistir, contudo, não se limita apenas a entender a transformação do jogo em conteúdo audiovisual, até porque, conforme visto até o momento, o jogo como artefato tem suas próprias características e particularidades que não permitem que ele seja simplesmente traduzido como produto audiovisual. A partir

³ Tradução livre do original: “A game is a rule-based formal system with a variable and quantifiable outcome, where different outcomes are assigned different values, the player exerts effort in order to influence the outcome, the player feels attached to the outcome, and the consequences of the activity are optional and negotiable”.

⁴ Tradução livre do original: “Games—as a set of cultures, practices and communities—offer much room for artistic creativity both on behalf of the general player and the artist’s community”.

⁵ Tradução livre do original “[...] modding (computer modifications of existing games), machinima (cinema using game engines) and ancillary gaming cultures like cosplay (costume play) and eSports”.

deste entendimento, cabe ao presente artigo iniciar um breve resgate bibliográfico acerca das principais formas de assistir jogos (tendo como foco os digitais) dentro dos *game studies*.

FLIPERAMA, TELEVISÃO E LAN: GAMEPLAY ASSISTIDO PRESENCIALMENTE

Os jogos, mesmo antes de serem digitais, já pressupõe uma maneira de assistir, seja quem espera a sua vez ou quem sai do jogo e continua acompanhando a partida em andamento. Para o presente artigo, contudo, o recorte a ser feito tem como foco os jogos digitais, uma vez que foi com a saída destes dos laboratórios de informática das universidades que os videogames e os jogos digitais tiveram seu crescimento acelerado (HJORHT, 2011; KENT, 2001).

O trabalho empreendido por Alexander Galloway (2006), ao definir o videogame como “um objeto cultural, vinculado à história e à materialidade, constituído por um dispositivo computacional eletrônico e um jogo simulado em software”⁶ (GALLOWAY, 2006, p. 1) corrobora a importância de separar os jogos de demais indústrias de entretenimento pois pressupõe que jogos são, primariamente, ações. “Alguém *joga* um jogo. E o software *é executado*. O operador e a máquina jogam o videogame juntos, passo a passo, movimento por movimento”⁷ (GALLOWAY, 2006, p. 2, grifo do autor). Entender o jogo e o jogar, portanto, pressupõe entender ação e movimento, e o que torna o conceito de *gameplay* algo intrínseco aos jogos. Essa experiência específica pressupõe ação, primariamente entre jogo e jogador.

Em um sentido técnico, o *gameplay* sempre diz respeito à interação do jogador com o estado subjacente de um jogo, e o *gameplay* é normalmente usado para descrever a experiência específica de interagir com o jogo [...]” (JUUL, 2014, p. 216).

A partir desta conceituação de *gameplay*, e como podemos entender os jogos digitais como ações, é possível resgatar como a competição transformou os jogos em artefatos que também podem ser assistidos. Criado em 1961 nos laboratórios do

⁶ Tradução livre do original: “One plays a game. And the software runs. The operator and the machine play the video game together, step by step, move by move”.

⁷ Tradução livre do original: “A video game is a cultural object, bound by history and materiality, consisting of an electronic computational device and a game simulated in software”.

⁸ Tradução livre do original: “In a technical sense, *gameplay* always concerns the player’s interaction with the underlying state of a game, and *gameplay* is typically used to describe the specific experience of interacting with the game [...]”.

Massachusetts Institute of Technology (MIT), Spacewar! foi considerado o primeiro jogo interativo para computador (KENT, 2001). 11 anos depois, em 1972, surge o primeiro campeonato que utiliza um jogo digital como competição, o Spacewar! Olympics. A competição não só atraiu jogadores interessados em competir entre si, como também uma audiência interessada em assistir aquele momento de *gameplay* que, ao mesmo tempo que era individual para quem competia (competidor e jogo), era coletiva ao passo que fazia parte de uma grande competição (TAYLOR, 2012). Naquele momento, contudo, mesmo que existisse uma competição através organização de um torneio, o próprio videogame não oferecia suporte para competição direta entre jogadores. Cada jogador utilizava uma tv, um console e um jogo e o que definia quem ganhava era a pontuação final do momento de *gameplay* individual de cada competidor.

Com a crescente popularização dos videogames, ocorreu a transição dos laboratórios de universidades para espaços públicos e comunitários específicos para jogos, como ficaram conhecidos os fliperamas. A formação deste novo espaço possibilitou novas formas de jogar e acesso aos jogos por novos jogadores. Dentro do fliperama, contudo, uma alteração feita dentro do código dos jogos mostrou-se fundamental para fomentar a competição, e, por consequência, a audiência. A implementação do sistema de placar dentro dos jogos, onde o jogador que obtivesse a maior pontuação do jogo teria suas iniciais registrada na tela do jogo, alterou a competição entre jogadores, pois permitiu a criação de um registro que confirmava a excelência. Isso permitiu que a competição continuasse mesmo sem a presença do melhor jogador no fliperama (TAYLOR, 2012). Ver e torcer para um jogador tentando quebrar o placar anterior tornou-se prática comum nos espaços de fliperama.

Paralelamente a popularização dos fliperamas, os jogos digitais seguiram seu desenvolvimento e adentraram os lares através dos primeiros consoles acoplados a televisão e, em um segundo momento, no computador pessoal. Neste espaço compartilhado com a casa, irmãos mais novos poderiam assistir ao irmão mais velho jogar, compartilhar e aprender novos truques e até mesmo dividir o controle quando uma fase do jogo se apresentava ser muito difícil. Nesse *gameplay* assistido ou mesmo compartilhado, novos jogadores foram introduzidos a novos jogos, amigos que visitam compartilhavam novos títulos ou ensinavam novas formas de passar de um mesmo jogo jogando enquanto os demais assistiam. Jogos que não possuíam opção de multijogador

poderiam ser jogados através de rodízio entre os participantes, formando um ciclo entre agir e assistir (TAYLOR, 2012).

O computador pessoal, além de possibilitar estas interações locais dentro do espaço da casa, com a Internet possibilitou a criação de outro espaço presencial para assistir jogos. Os jogos multiplayer online (principalmente Doom), até então jogados remotamente entre os competidores, fomentaram a criação de um circuito de campeonatos que ocorriam presencialmente. Os primeiros campeonatos em formato LAN (Local Area Network, na tradução direta redes de área local) foram fundamentais para criar uma comunidade em volta da competição através de jogos digitais. Além de toda a preparação para os jogadores, montagem de computador e equipamentos como mouse e teclado, formava-se uma audiência (que, inicialmente, poderia ser apenas os responsáveis pelo local e pelo torneio) que assistia aquela competição presencialmente. A partir desta comunidade formada localmente, o jogo como competição profissional se fortaleceu e popularizou uma atividade que até então era de um pequeno nicho (TAYLOR, 2012; HJORTH, 2012).

A saída do fliperama para dentro de casa, levou o jogo digital do espaço público para o privado. Mesmo com os campeonatos em LAN tornando mais uma vez o espaço de *gameplay* público, o acesso ainda era restrito para amigos e conhecidos que frequentavam estes locais. Em todos estes espaços, contudo, o espectador estava presencialmente conectado com jogo e jogador: ele poderia acompanhar as ações que estavam acontecendo em tela no jogo digital, mas também o movimento muscular feito pelo jogador, seja com o corpo todo ou apenas com as mãos.

A Internet foi o último passo para consolidar a competição profissional através de jogos digitais, pois permitiu que jogadores de todos os lugares do mundo competissem remotamente em alto nível, o que antes não era possível devido a limitações de banda. O competir online também foi responsável pela formação de uma arquibancada virtual para os espectadores. Antes disso, a produção e distribuição de conteúdo gravado e editado a partir de *gameplays* foi um importante passo para assistir composições audiovisuais feitas a partir de jogos.

DEMO, VOD E MACHINIMA: GAMEPLAY COMO CONTEÚDO GRAVADO E EDITADO

Assistir alguém jogar, seja em casa ou no fliperama, pode parecer em um primeiro momento incompatível com a proposta, uma vez que jogos digitais nos convidam a sermos participantes necessariamente ativos. Conforme visto, contudo, este comportamento existe desde a popularização dos jogos digitais, em um primeiro momento assistindo o *gameplay* presencialmente. Em um extremo oposto desse assistir ao vivo localmente, o conteúdo gravado, editado e disponibilizado posteriormente possui nuances que os aproximam mais de produtos audiovisuais como filmes e séries, ao mesmo tempo que mantém característica que são únicas aos jogos.

Lowood (2006) resgata a história e a importância da captura de registro de jogos dentro da cultura de jogo. Conforme visto, *Spacewar!* foi criado dentro dos laboratórios de informática do MIT como parte do desenvolvimento dos jogos, mas também do desenvolvimento da computação como tecnologia. O jogo, por si só, já era uma inovação, porém, ao mesmo tempo funcionava como demonstração do poder da máquina que o processava, de uma maneira até então inédita e interativa. Com o sucesso dos jogos como demonstração deste processamento, criou-se a ideia de demo, e cópias demonstrativas de *Spacewar!* foram disponibilizadas em uma série de computadores. O jogo “[...] fez mais do que demonstrar a tecnologia por meio do *gameplay*, demonstrou novas formas de jogo mediadas por computador possibilitadas por essa tecnologia”⁹ (LOWOOD, 2006, p. 5). A partir destes demos, contudo, surgiram novas práticas a partir da possibilidade de gravar a performance dos jogadores como as chamadas *demoscenes*, que originam de práticas de pirataria e *hacking* nos anos 80. Através de quebras de códigos e criação de novas cinemáticas a partir dos jogos hackeados, as *demoscenes* viraram uma forma de demonstração da habilidade de hackear, e não mais experimentar a tecnologia como no caso dos demos de *Spacewar!*. “Esta noção da demo como uma demonstração de habilidades carregou implicações importantes para a performance baseada em jogos, começando com os jogos de tiro em primeira pessoa”¹⁰ (LOWOOD, 2006, p. 8).

Através de inovações em gráficos, suporte para multiplayer e até mesmo uma opção que permitia criação de novos *levels* por *game designers* de fora da empresa, *Doom* transformou a competição através de jogos digitais nos anos 90 e foi o pioneiro no gênero que conhecemos até hoje como FPS. “A introdução de estilos fundamentalmente novos

⁹ Tradução livre do original: “[...] it did more than demonstrate technology through *gameplay*, it demonstrated new, computer-mediated forms of play made possible by this technology”.

¹⁰ Tradução livre do original: “This notion of the demo as a skills demonstration carried important implications for game-based performance, beginning with *id*’s first-person shooters”.

de jogo e modos de desenvolvimento de conteúdo preparou o terreno para uma cultura de replay construída em torno de game movies criados no DOOM”¹¹ (LOWOOD, 2006, p. 9). A cena altamente competitiva (incluindo os campeonatos presenciais) tornou a gravação de partidas (e eventuais edições destas) uma forma de demonstrar habilidade e *gameplay*, criando comunidades e retroalimentando a competição através da noção de reputação através destas habilidades em jogo agora comprovadas em vídeo (LOVEWOOD, 2006). Estas gravações, neste momento, ficaram conhecidas como demo movies de *gameplay*. “DOOM vinculou a competição multijogador, a reprodução de *gameplay* como filmes de demonstração e um contexto de audiência por meio da criação de uma comunidade de jogadores que distribuiu e reproduziu esses filmes”¹² (LOWOOD, 2006, p. 10). Assim como ocorria localmente, a veiculação destes demos funcionou como forma de observar como um jogador de fato joga, esperando entender suas táticas ou mesmo aprender truques, e as demos viram também uma forma de educação para novos jogadores. Neste caso, contudo, o acesso era somente através do *replay* da partida, onde os jogadores precisavam ter acesso ao jogo para poder assistir. Muitas vezes estes arquivos eram repassados junto com o jogo, auxiliando a manutenção da comunidade de Doom (LOWOOD, 2006).

A popularidade dos demos, contudo, não foi a única forma de gravar *gameplay* que auxiliou nesta cultura de assistir *replays*. Lovewood (2006) recupera o conceito de game film, que está associado a jogos RTS (*real-time strategy*, na tradução estratégia em tempo real). Jogos de RTS, principalmente Warcraft, são importantes para a história dos jogos e “[...] redefiniram jogos de estratégia adicionando performances em tempo real de domínio de interfaces em um núcleo tradicional de soluções de problema contemplativos e de tomada de decisões”¹³ (LOVEWOOD, 2006, p. 15). Mais do que apenas provar habilidade (como no caso dos demo movies de Doom), aqui o *replay* se tornou uma importante ferramenta para jogadores assistirem novamente as partidas como forma de estudar suas próprias performances. Os game films também funcionavam como registro da melhor performance possível dos jogadores. “O que distingue a cultura de game film de Warcraft da demo é a redução do replay para captura de evento e, em casos como

¹¹ Tradução livre do original: “The introduction of fundamentally new styles of play and modes of content development set the stage for a replay culture built around game movies created in DOOM”.

¹² Tradução livre do original: “DOOM thus linked multiplayer competition, reproduction of gameplay as demo movies, and a context for spectatorship through the creation of a player community that distributed and replayed these movies”.

¹³ Tradução livre do original: redefined strategy gaming by adding real-time performance of interface mastery skills to a traditional core of contemplative problem-solving and decision-making.”.

VODs, simplesmente para captura de tela”¹⁴ (LOVEWOOD, 2006, p. 17). Os demos se relacionavam com a manipulação do código, enquanto o game film focava na gravação das ações da partida. Para acessar estes *replays*, assim como na demo, muitas vezes era necessário assistir dentro do jogo, tornando seu acesso limitado a quem possuísse determinado título (TAYLOR, 2012).

Os VODs (*Video on Demand*, na tradução Video por Demanda) resolvem este problema do acesso e são parte da cultura de jogo, uma vez que sites específicos para este tipo de compartilhamento existem desde a época de Warcraft III (LOVEWOOD, 2006). “Para os fãs, o VOD oferece uma oportunidade de assistir que eles não teriam de outra forma”¹⁵ (TAYLOR, 2012, p. 199), principalmente com a popularização do YouTube e plataformas de *streaming* para disponibilizar este conteúdo. Estes VODS, muitas vezes, têm por objetivo ensinar possíveis jogadores sobre um novo jogo (LOVEWOOD, 2006) e funcionam como ferramentas de treinamento para jogadores profissionais ou mesmo amadores interessados em ver como determinado jogador se comporta (TAYLOR, 2012). “Gravar e mostrar o *gameplay* é uma forma de os jogadores se expressarem, junto com outras atividades, como modificar jogos ou postar opiniões sobre eles”¹⁶ (LOVEWOOD, 2006, p. 3). Neste ponto, não há uma preocupação em mostrar o *gameplay* de maneira completa, mas sim editar de modo a tornar o produto mais atraente para quem buscar, evitando silêncios ou pausas desnecessárias. Em alguns casos, é comum adicionar comentários ou mesmo observações acerca de determinada ação dentro de jogo como maneira de explicar o que foi feito (AGUIAR, 2018). Os VODs são uma importante forma de consumo de conteúdo de jogo, sendo, muitas vezes, ocupação principal de produtores de conteúdo ou trabalho complementar de *streamers* (TAYLOR, 2018; AGUIAR, 2018; DALLEGRAVE, 2020).

Os VODs, contudo, não são exclusivos somente para recortes de *gameplay* ou ensinar e explicar jogos, sendo uma das principais formas de popularizar o fenômeno conhecido por *machinima*. Segundo Maia *et al.* (2018), uma das primeiras aparições ocorreu em 1996 com uma produção chamada *Diary of a Camper*, produzida através do jogo Quake. Mas o que aproxima o *machinima* de produtos audiovisuais e o que difere?

¹⁴ Tradução livre do original: “What distinguishes the “game film” culture of Warcraft from the demo is its reduction of the replay to event capture, and in cases such as VODs simply to screen capture”.

¹⁵ Tradução livre do original: “For fans, VoD provides a basic opportunity to spectate they would not have otherwise”.

¹⁶ Tradução livre do original: “Recording and showing *gameplay* is a way for players to express themselves, alongside other activities such as modifying games or posting opinions about them”.

Na prática, assim como filmes e seriados são capturados através de cenários e atores interpretando personagens, o *machinima* funciona da mesma lógica, porém tendo como cenário e personagens jogos digitais. O usuário que assiste, caso não conheça o título utilizado para a produção, talvez não perceba que se trata de um jogo e não de uma ferramenta de produção de 3D. “Não se trata apenas de um produto, o *machinima* pode ser denominado como um processo de produção” (MAIA *et al.*, 2018, p. 2). Sendo assim,

Em síntese, a prática de produzir *machinima* consistiria na captura de ações em um jogo para modificar e customizar a experiência de modo a explorar criativamente criando um novo conteúdo sobre um determinado assunto distinto do encontrado no videogame base (MAIA *et al.*, 2018, p. 3).

Pensando em termos de produção, “*machinima* seria um conjunto de técnicas cinematográficas, aplicadas em um espaço virtual” (MAIA *et al.*, 2018, p. 5) que permitem, de maneira mais acessível, a produção de ações e cenários para composição audiovisual, sendo usado para filmes ou programas seriados. A principal diferença, contudo, que mais uma vez afasta os jogos digitais de demais formas de entretenimento, é em sua relação ativa entre jogo e jogador: para produzir um *machinima*, o jogador-produtor (MAIA *et al.*, 2018) precisa estar em um momento de *gameplay*. Esse jogar, contudo, não precisa (e normalmente não é) com objetivo de terminar jogo ou avançar em sua história, e sim em produzir conteúdo audiovisual que em um segundo momento será editado, incluindo falas, vinhetas, efeitos de transição entre outros.

A partir disso, os consumidores dos mais variados jogos podem se apropriar das plataformas, dos personagens, cenários para criar e se tornar produtores de conteúdos audiovisuais a partir do videogame. *Machinima* é um exemplo de convergência, e de como o consumidor exerce o seu poder nessa cultura e se torna também um produtor. O videogame passa a não ser somente entretenimento mas também uma forma de criação de conteúdo que é amplamente distribuída na internet e pode conquistar um nicho fora do universo gamer (MAIA *et al.*, 2018, p. 6).

Apesar de usar o jogo como ferramenta, a prática do *machinima* aproveita de ferramentas de distribuição e monetização oferecidas por redes sociais como YouTube para criação e divulgação dos trabalhos (BOLUK; LEMIEUX, 2017), como a maior parte dos VODs. Dessa forma, além de uma criação de conteúdo feita pelo usuário, o *machinima* se torna uma nova forma artística e até mesmo uma nova mídia (HJORTH, 2011). Apesar do jogador-produtor ter seu momento de interação com o jogo, para quem assiste o produto final, o *machinima* é uma forma não-interativa de relação com um jogo digital, uma vez que, mesmo que esteja assistindo a *gameplay* de outra pessoa, este

produto já está fechado e finalizado, sem nenhuma possibilidade de intervenção. Apesar disso, a *machinima* se torna uma respeitada forma de relação com os jogos, existindo até mesmo premiações (MAIA *et al.*, 2018) e se tornam espaços viáveis para novas alternativas narrativas e de *storytelling* para novas gerações (HJORTH, 2011).

Demo, VOD e *machinima*, portanto, mais uma vez pressupõem cada uma a sua maneira, uma forma de *gameplay* que é gravada, editada e posteriormente disponibilizada. O espectador assiste a este conteúdo em um formato fechado, como assistiria a um filme ou uma série, porém, principalmente nos casos dos *replays*, assistir sem jogar ou entender o sistema do jogo pode ser um problema. O *machinima*, por outro lado, por normalmente funcionar como ferramenta para criação de histórias, o espectador não precisa ter conhecimento prévio do jogo, inclusive nem saber ou perceber que está assistindo a um momento de *gameplay*.

ESPORTS E STREAMING DE JOGOS: GAMEPLAY ASSISTIDO ONLINE AO VIVO

A profissionalização da competição através dos jogos digitais, apesar de ter ganho popularidade através da Internet, surgiu através dos campeonatos em formato LAN. Para organização destes eventos emergiram empresas, equipes de trabalhos, times profissionais dedicados a investir neste nicho de trabalho e consolidar o que conhecemos como esporte eletrônico (*eSport* ou *e-sport*). Estes novos profissionais, entre eles “proprietários de equipes, árbitros, administradores e patrocinadores agora se misturam entre os futuros novos jogadores”¹⁷ (TAYLOR, 2012, p. 136). A relação entre a profissionalização e os jogos é intrínseca uma vez que “o eSports contribuíram e foram um produto da popularização dos jogos online”¹⁸ (HJORTH, 2011, p. 143). Não cabe a este trabalho resgatar a discussão acerca da comparação entre esporte eletrônico e esporte tradicional, contudo, é importante uma conceituação do termo para maior entendimento do trabalho. Para isso, a definição de Macedo (2018, p. 18) esclarece o que podemos entender como esporte eletrônico

Em síntese, o e-sport surge como uma prática de evento esportivo público, mediado tecnologicamente, com base na competição organizada entre jogadores por meio de seus desempenhos incorporados – os quais desenvolvem e treinam habilidades mentais e

¹⁷ Tradução livre do original: “Team owners, referees, administrators, and sponsors now mix in among the up-and-coming young players”.

¹⁸ Tradução livre do original: “ESports has both contributed to and been a product of this rise of online gaming.”

físicas no uso e interação com as tecnologias de informação e comunicação (TICs), especialmente, neste caso, os jogos digitais.

“O eSports contribuíram e foram um produto da popularização dos jogos online”¹⁹ (HJORTH, 2011, p. 143). Um dos pilares para esse rápido desenvolvimento do esporte eletrônico aconteceu na Coreia do Sul que através de polícias públicas e popularidade entre o público constituiu um modelo de negócio a ser seguido por regiões como América do Norte e Europa.

A história dos eSports sul-coreanos destaca as maneiras pelas quais a cultura, os maiores desenvolvimentos de infraestrutura, as decisões políticas e as atividades econômicas se cruzaram de maneira fortuita em um momento histórico específico para apoiar a formação de uma nova forma de lazer e esporte²⁰ (TAYLOR, 2012, p. 18).

Durante a rápida ascensão dos *eSports* na Coreia do Sul, uma situação envolvendo a venda indevida dos direitos de transmissões do jogo Starcraft pela Associação Sul-Coreana de eSports (Korean e-Sports Association, KeSPA) iniciou uma disputa jurídica que obrigou a Blizzard, detentora dos direitos autorais do jogo, a se envolver mais ativamente na utilização do seu jogo como um esporte eletrônico. Até então, a empresa negociava os direitos autorais do jogo para as competições, porém não participava ativamente do processo. Depois deste episódio, porém, a empresa anunciou em 2009 que o jogo não teria mais suporte a funcionalidade LAN, ponto fundamental para as competições profissionais. As partidas passaram a ser coordenadas através de um sistema próprio da empresa, a Battle.net, que seria controlada pela Blizzard. Esse novo suporte, contudo, possibilitou que as competições ocorressem de forma remota. O rápido crescimento dos *eSports* obrigou empresas e desenvolvedoras a repensarem seu jogo através desta nova forma de relação com o público, mesmo não sendo o principal motor da empresa, incluindo questões como transmissão e direitos autorais (TAYLOR, 2012).

Nesta união entre lazer e esporte, o esporte eletrônico cresceu em popularidade e consolidou-se como uma nova forma de entretenimento. Times e jogadores profissionais competiam em alto nível em busca de premiação e prestígio, ao mesmo tempo em que mais espectadores se interessavam em ver esta performance. Em um primeiro momento, os campeonatos apenas permitiam a audiência presencial por conta do formato LAN,

¹⁹ Tradução livre do original: “eSports has both contributed to and been a product of this rise of online gaming”.

²⁰ Tradução livre do original: “The story of South Korean e-sports highlights the ways culture, larger infrastructural developments, policy decisions, and economic activities have intersected in a fortuitous way at a particular historical moment to support the formation of a new form of leisure and sport”.

porém, com o crescente acesso a Internet e novas plataformas online para a transmissão (como o caso da Battle.Net) os torneios rapidamente começaram a ser transmitidos ao vivo. Houve um movimento inicial de transpor os esportes eletrônicos para a televisão tendo como ideia os esportes, porém, “a maioria dos jogos de computador simplesmente não foi projetada para exibir suas imagens na televisão²¹ (TAYLOR, 2012, p. 212). Há um excesso de informação, desde o que ocorre na partida em si, até mesmo de dados fora de partida que precisam ser consultados e repassados por comentaristas e locutores para a audiência, possibilitando que quem assiste entenda o que está acontecendo. Com exceção de alguns jogos na Coreia do Sul, a televisão não se mostrou ser um suporte adequado para os *eSports*.

Com o surgimento de plataformas como a Twitch, houve uma mudança acentuada na maneira como os profissionais dessa cena abordam a questão da plateia. Cada vez mais, a linha que eles adotam é que eles não precisam mais da televisão - eles têm o live streaming²² (TAYLOR, 2018, p. 20).

Quem assiste esportes eletrônicos está interessado ao mesmo tempo no título transmitido, mas também na emoção de torcer e assistir jogadores competindo em tempo real. Se na época do fliperama e campeonatos em formato LAN era possível assistir o momento de *gameplay* de maneira mais completa, tendo acesso tanto a tela do dispositivo tanto ao corpo do jogador, no *eSport* normalmente o recorte para o jogador fica somente em seu rosto. Há, contudo, novas experiências como a adição de comentaristas e narradores para completar a experiência do espectador através de informações ou mesmo tradução de jogadas (TAYLOR, 2012). Para quem trabalha profissionalmente com análises, assistir *replays* de partidas pode dar a sensação de alguma forma estar também jogando, devido a alta complexidade envolvida em assistir um jogo profissional (BOLUK; LEMIEUX, 2017).

Assistir em tempo real diversos jogadores competindo em alto nível atraiu tanto jogadores de determinado título como também outros interessados em apenas ser espectador deste momento de *gameplay* (TAYLOR, 2012). Através de plataformas de *streaming*, contudo, esse momento de assistir teve uma importante mudança, pois deixou

²¹ Tradução livre do original: “Most computer games were simply not architected to have their images broadcast out over television”.

²² Tradução livre do original: “There have been a number of attempts to bring esports to broadcast television, usually with poor results. With the rise of platforms like Twitch, there has been a marked shift in how professionals in that scene approach the issue of spectatorship. Increasingly, the line they take is that they no longer need television— they have live streaming”.

de ser apenas um conteúdo consumido passivamente. Apesar de muitas competições de *eSports* utilizarem as plataformas de *streaming* como suporte a transmissão, é importante aqui diferenciar essa possibilidade do *live streaming* de jogos, uma vez que “o crescimento do live streaming de jogos não é simplesmente uma história sobre *eSports*, mas também sobre grandes mudanças na cultura de jogo e compartilhar o seu jogar”²³ (TAYLOR, 2018, p. 6).

“De maneira simplificada, um jogador, através de uma plataforma online, transmite ao vivo para outras pessoas que tenham acesso à Internet a tela do dispositivo (computador, celular, console) que está o jogo” (DALLEGRAVE, 2020, p. 41). Esse comportamento fica conhecido, então, como *live streaming* de jogos, muitas vezes sendo chamado casualmente apenas de *streaming*. No momento em que começa a sua *livestream* (ou apenas *stream*), o jogador também passa a ser conhecido como *streamer*. Quem assiste, pode assistir passivamente como assistiria um programa de televisão ou interagir ao vivo através de ferramentas da plataforma. O *live streaming*

[...] ofereceu aos jogadores de todos os tipos uma oportunidade de formarem audiências interessadas em observar, comentar e jogar ao lado deles. A transmissão ao vivo permitiu que os jogadores de todos os tipos transformassem seus jogos privados em entretenimento público²⁴ (TAYLOR, 2018, p. 6).

Há uma forma de mediatização do jogar, uma vez que “a fruição da experiência de jogar, mediatizada desta maneira, se distingue daquela que se tem em espaços privados [...]” (AGUIAR, 2018, p. 30). A relação entre *streamer* e audiência é mais próxima e direta uma vez que acontece em tempo real, seja através das ferramentas de *chat* nativas da plataforma ou ferramentas externas disponibilizada para os espectadores (AGUIAR, 2018; DALLEGRAVE, 2020). Além disso, a relação entre *streamer* e espectadores é intrínseca uma vez que a principal fonte de renda de quem transmite ao vivo vem de contribuições feitas pela audiência através das ferramentas oferecidas pela plataforma ou sistema de doações (TAYLOR, 2018; DALLEGRAVE, 2020).

“Os jogos podem parecer ser apenas a ferramenta utilizada pelos *streamers* para monetizar nas plataformas, porém, é através deles que as relações são oportunizadas” (DALLEGRAVE, 2020, p. 44). Os jogos ocupam grande parte da transmissão, seja na

²³ Tradução livre do original: “The growth of game live streaming wasn’t simply a story about esports but also about larger changes in game culture and sharing your play”.

²⁴ Tradução livre do original “[...] has offered players of all kinds an opportunity to build audiences interested in observing, commenting, and playing alongside them. Live streaming was allowing gamers of all kinds to transform their private play into public entertainment”.

própria imagem, mas também no assunto entre *streamers* e audiência, que pode utilizar esse espaço como demonstração de habilidade, ensinamento ou mesmo aspirações profissionais (TAYLOR, 2018). A relação de *gameplay* entre jogo e jogador pode (e muitas vezes é) ser alterada por conta da interação da audiência, que participa em tempo real do momento de jogo que seria individual. Cabe ao jogador, neste caso em seu papel de *streamer*, escolher se deixa ou não o que é dito pelos espectadores através de ferramentas alterar ou não seu comportamento em jogo (DALLEGRAVE, 2020). Dessa forma, a *gameplay* quando feita em *livetream* e está sendo assistida por outras pessoas pode ser alterada e modificada a qualquer momento, criando um novo modo de entretenimento para o espectador que o aproxima mais da essência do jogo. O *streaming* convida o espectador a ser participante ativo da relação entre jogador e *gameplay*, tornando o processo de assistir muito mais interativo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De maneira reduzida, o artigo abordou algumas das principais formas de consumo de jogos digitais como conteúdo assistido. Desde a sua origem nos laboratórios de informática até as transmissões massivas ao vivo, o jogo pressupõe uma forma de assistir ao momento de *gameplay* entre jogo e jogador. Em alguns exemplos, esse assistir pode ser mais passivo e próximo de um produto audiovisual (demo, VOD e *machinima*), porém, em exemplos mais recentes como o *live streaming* a possibilidade de interação entre plateia e *gameplay* altera a relação entre jogo e jogador, uma vez que possíveis interferências externas podem fazer parte deste espaço.

A partir deste recorte bibliográfico, mostra-se claro que os jogos digitais como conteúdo assistido faz parte da história dos jogos e potencialmente mudam a experiência do jogo e do jogar. Sendo assim, é um ponto importante para análise a partir da área do *game studies*, seja como prática complementar do jogar, ou como produto que se aproxima do audiovisual. No decorrer do trabalho, percebemos diversas lacunas a serem preenchidas, incluindo uma revisão maior e completa de outros fenômenos que utilizam o jogo como conteúdo assistido que podem ter ficado de fora do recorte empreendido, potencializando novas possibilidades de estudos.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Bernardo Cortizo de. A midiatização do jogar: do círculo mágico aos circuitos-ambiente nos usos das redes digitais via streaming. 2018. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola da Indústria Criativa, Universidade Vale do Sinos, São Leopoldo, 2018. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/7478>.
- BOLUK, Stephanie; LEMIEUX, Patrick. Metagaming: Playing, Competing, Spectating, Cheating, Trading, Making, and Breaking Videogames. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2017
- CAILLOIS, Roger. Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem. Petrópolis: Vozes, 2017.
- FRAGOSO, Suely; AMARO, Mariana. Introdução aos estudos de jogos. Salvador: Edufba, 2018.
- DALLEGRAVE, Leticia. Streaming de jogos como sistema de performances: um olhar sobre a transmissão ao vivo de uma streamer de Fortnite através da Twitch. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Escola de Comunicação, Arte e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/9190>
- GALLOWAY, Alexander. Gaming: essays on algorithmic culture. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006
- HJORTH, Larissa. Games and Gaming: An Introduction to New Media. UK: Berg, 2011.
- HUIZINGA, Johan. Homo ludens: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2018.
- JUUL, Jesper. Half-real: video games between real rules and fictional worlds. Massachusetts: MIT Press, 2011.
- JUUL, Jesper. Gameplay. In: RYAN; M; EMERSON, L; ROBERTSON, J. The Johns Hopkins guide to digital media. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2014. p. 216-217
- KENT, Steven. The Ultimate History of Video Games. Nova York: Three Rivers Press, 2001.
- LOWOOD, Henry. Community Players: Gameplay as Public Performance and Cultural Artifact. Paper for Symbolic Systems Forum, March 9, 2006. Stanford: Stanford University. Disponível em: http://web.stanford.edu/~lowood/Texts/symsys_community_players.pdf
- MACEDO, Tarcízio. Like a Pro: Dinâmicas Sociais no e-Sport. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Cultura e Amazônia) – Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2018. Disponível em: http://repositorio.ufpa.br/jspui/bitstream/2011/10248/1/Dissertacao_LikeProDinamicas.pdf
- MAIA, Alessandra; RÉGIS, Fátima; MARINHO, Kerolayne; FERNANDES, Carolina. Precisamos Falar Sobre Machinima! Uma Introdução ao Fenômeno de Processo de Produção Audiovisual de Videogames. In: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da

Comunicação, 41, 2018, Joinville. Anais [...] Disponível em:
<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0079-1.pdf>

PATCHES, Matt. Netflix says Fortnite is bigger competition than HBO or Hulu. Polygon. 17 jan. 2019. Disponível em: <https://www.polygon.com/2019/1/17/18187400/netflix-vs-fortnite-hbo-hulu-competition>.

TAYLOR, T. L. Raising The Stakes: E-sports and The Professionalization of Computer Gaming. Cambridge: The MIT press, 2012.

TAYLOR, T. L. Watch Me Play: Twitch and Rise of Gaming Live Streaming. New Jersey: Princeton University Press, 2018