

O que es(x)pecta o gamer no jogo do assistir: Twitch.tv, materialidades e o consumo de jogos através e além da espetatorialidade¹

Dara Coema Nascimento Cruz Pereira²
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

Compreendendo plataformas de *live streaming* de jogos como arranjos midiáticos capazes de suportar e promover novas linguagens e práticas online, o presente artigo se propõe a pensar como ambientes digitais como a Twitch.tv influenciam tendências de espetatorialidade e consumo de jogos entre usuários da plataforma e participantes da comunidade gamer em geral. Através de seu design, *affordances*, estrutura e aspectos sociotécnicos e econômicos, estes espaços moldam e abrigam expectativas, objetivos, prazeres e sensorialidades do assistir e além do assistir, como a espetatorialidade participativa, o *crossplay* e o entretenimento multiplayer, fatores que motivam um estudo mais aprofundado dos tipos de consumo, experiências e materialidades que se desenvolvem na plataforma, e os efeitos destes no cenário de games.

PALAVRAS-CHAVE: Espetatorialidade; videogames; live streaming; Twitch.tv; materialidades.

Assistindo à jogos

“Para mim assistir *gameplay* é o suficiente pra dizer que joguei o jogo.” Assim se inicia uma *thread* do Twitter postada em maio de 2021. “EDENBOY” e outros usuários presentes em sua postagem, além de milhares de consumidores de plataformas como a americana Twitch.tv, pioneira e líder no mercado de transmissões ao vivo (*live streaming*) de jogos, fazem parte de uma comunidade que vem crescendo cada dia mais: o público de espectadores e fãs de transmissões e vídeos de *gameplay*³.

Segundo o “Newzoo Global Esports and Streaming Market Report” de 2021, relatório produzido anualmente por uma das maiores fontes de análises de jogos e e-sports e pesquisa de mercado, em 2020 a audiência de *live streamings* de videogames alcançou

¹ Trabalho apresentado no GP Games, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no Programa de Pós Graduação em Comunicação – UFF, e-mail: daracoema@id.uff.br

³ O conceito de *gameplay*, que em algumas instâncias é traduzido como “jogabilidade”, se refere à “interação, ao fluxo e às mecânicas de jogo.” (AGUIAR, BATTAIOLA, 2016). A transmissão em vídeo da experiência de *gameplay* do jogador seria, portanto, o compartilhamento das táticas, jogadas e do desenvolvimento do jogar em uma determinada ocasião.

a faixa dos 662,7 milhões de usuários, e a previsão para 2021 antecipa um crescimento de ao menos 10%, chegando à 728,8 milhões. Nessa conta, o Brasil se encontra entre uma das três maiores audiências de e-sports (NEWZOO, 2021), ou esportes eletrônicos, o gênero competitivo do universo dos videogames que se tornou extremamente popular em espaços de *live streaming*. Porém, não só sua popularidade é sinal de como as práticas do assistir vem dominando o universo do consumo de jogos. A pesquisa realizada em 2017 pelo Google em parceria com a Ipsos Connect, demonstra ainda que 48% dos gamers no YouTube revelaram que passam mais tempo assistindo jogos do que de fato jogando (PETROVA; GROSS, 2017), mudança que demonstra clara influência de tais arranjos midiáticos⁴ (PEREIRA, 2020) nas experiências do jogar e do assistir online.



Figura 1: Sequência de postagens do usuário @EDENBOY e algumas respostas de seus seguidores.

A afirmação do usuário “EDENBOY”, e a diversidade de opiniões que surgem a partir desta têm sido reproduzidas por muitos outros espectadores de jogos. Podemos observar, por exemplo, o próprio autor da postagem que agradece ao *streamer* (aquele que produz, joga e transmite sua experiência dentro das *lives* de *gameplay*) da Twitch.tv “Alanzoka” por jogar com ele, numa clara alusão ao assistir como uma experiência que envolve o jogar em conjunto. Um segundo usuário responde a postagem afirmando que, ao contrário do autor, não acha suficiente somente assistir um jogo para obter uma

⁴ Segundo Pereira (2020), devemos reconhecer uma contemporaneidade pós-midiática onde os arranjos midiáticos mediam as relações comunicacionais. Tais arranjos se configuram como dispositivos originados de acoplagens de “diferentes componentes ou elementos em uma cadeia midiática” constituída por diversos elementos e atores. Neste contexto, estes arranjos transcendem e desdobram noções tradicionais de meios de comunicação, numa realidade em que “os públicos dispersam suas atenções por uma miríade de dispositivos tecnológicos, suportes e espaços conversacionais e comunicacionais”. (PEREIRA, 2020)

experiência satisfatória. Outro acredita que existem jogos específicos que são mais divertidos de assistir do que jogar, e um quarto afirma que não possui interesse algum no jogar, só no assistir (Fig. 1). Essas são perspectivas que representam bem algumas das práticas e realidades do consumo de conteúdo audiovisual de jogos que vêm se desenvolvendo conforme o surgimento e a ascensão de arranjos midiáticos como a Twitch.tv e outros espaços digitais de streaming de videogames⁵.

A atividade de assistir à jogos online em si já não se caracteriza mais como um fenômeno dissidente, mas tem se mantido relevante não só entre consumidores e produtores do meio, mas também entre a mídia⁶, o mercado de jogos, e, é claro, entre pesquisadores da área, já que as formas e experiências de consumo de jogos que se desenvolvem são capazes de instigar debates complexos sobre a natureza do jogo e da experiência do jogar, reflexões sobre os limites do círculo mágico e da capacidade de fruição e participação do espectador, discussões sobre a inserção e o papel deste tipo de consumidor na própria comunidade gamer, e outras questões pertinentes ao universo dos videogames. Porém, uma vez assimilada a realidade das práticas de espetatorialidade, surge a pergunta: afinal de contas, o que ex(s)pecta o gamer no jogo do assistir?

Este artigo, mais do que compreender o tipo de conteúdo e consumo que se desenvolve no universo do assistir à jogos, se esforça também para buscar entender as especificidades e elementos materiais dos meios que as suportam, permitem sua existência, e influenciam suas atividades.

Jogar ou assistir

Assistir como entretenimento, suspensão do cotidiano ou alívio de tensão, como forma de aprendizado, assistir por obstáculos financeiros, emocionais ou cognitivos que impedem o jogar, assistir ligado à uma realização vicária, assistir como evento social, assistir pela figura do *streamer*, o assistir como atividade interativa (jogar-assistir ou *crossplay*)... Os tipos e os propósitos contidos no consumo de *gameplays* em plataformas de *streaming* são diversos e têm sido abordados por muitos autores na área de game

⁵ Ou mesmo no cenário de consumo de vídeos assíncronos de Let's Play, reviews de jogos, tutoriais, etc., porém esta instância não será abordada nesse artigo, já que buscamos um foco em transmissões ao vivo.

⁶ HERNANDEZ, P. The people who watch video games, but never play them. Polygon, online, 16 de ago. de 2019. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2019/8/16/20807731/youtube-twitch-fandom-video-games-cosplay-fan-art>>

studies em suas várias vertentes, numa busca de desvendar por que assistimos outros jogarem e quais são os tipos de experiências que buscamos ou somos levados a desenvolver quando nestes espaços.

Autores como Cheung e Huang (2011), em sua produção de arquétipos de espectadores no âmbito dos e-sports em ambientes físicos e digitais, Sjöblom e Hamari (2016), em sua utilização da Teoria de Usos e Gratificação (UGT) para abordar a experiência do espectador de jogos, Orme (2021) em sua análise qualitativa das motivações dos “just watchers”, e outros, trabalham através de diferentes metodologias e embasamentos teóricos os tipos de conteúdo de jogos consumidos – que podem abranger transmissões de diferentes categorias de jogos (partidas independentes ou narrativas completas), competições de e-sports, vídeos de reação, comentário, tutoriais, *speedruns*, etc. – e principalmente os objetivos e influências envolvidos no fenômeno da espectadorialidade de jogos, revelando as várias formas de consumo que têm se estabelecido em ambientes como a Twitch.

Uma das primeiras questões abordadas por Coema (2020), por exemplo, no momento de contextualizar as práticas do assistir nos jogos e compará-las ao jogar em si, são os conceitos de interatividade e agência, “fundamentos básicos dos videogames e da atividade do jogar que seriam deixados de lado no momento do assistir” (COEMA, 2020, p. 7) segundo uma perspectiva baseada em sensibilidades e práticas pré-estabelecidas. Seja referida através dos conceitos acima, abordados por autores como Janet Murray (1997), Arsenault e Perron (2009), Falcão (2014), Muriel e Crawford (2020), ou mesmo através da noção de “effectance” segundo Klimmt (2003), que enxerga um dos principais fatores de prazer dos jogos no “feedback imediato para o jogador como um agente causal que influencia o mundo do jogo” (LINDLEY; SENNERSTEN, 2006, p. 9), se torna claro que tais formas de contato, entrosamento e participação do usuário (interatividade) e o tipo de poder de ação/interferência do jogador que oferece resultados relevantes no espaço da atividade (agência) são algumas das marcas principais dos jogos, caracterizando as relações da rede de atores humanos e não-humanos que agem sobre e influenciam tais experiências.

Apesar das práticas manifestadas no espaço da Twitch.tv nem sempre se encaixarem em ideias clássicas de jogabilidade, visto que se baseiam inicialmente na espectadorialidade e são mediadas de maneira distinta, isso não significa que estas não invocam suas próprias formas de interatividade e agência, ou não criam possibilidades

lúdicas e experiências de consumo de jogos que podem se configurar de forma paralela à perspectivas já estabelecidas do *play*, até mesmo reproduzindo características adaptadas do jogar como reconhecido em outros espaços. As possibilidades de fruição, interpretação e apreensão no assistir, de participação através da socialização, de interatividade no jogar-assistir e no *crossplay*⁷ entre espectador e *streamer*, ou em outros tipos de experiências que produzem prazer, entretenimento e sentido para aqueles que buscam transmissões de jogos ao vivo na Twitch.tv, se revelam em afirmações como a do princípio deste artigo.

Ainda assim, um usuário que sente que jogou um jogo em sua completude através do assistir, seja em uma prática mais passiva, ou em uma atravessada por instâncias participativas, reivindica uma experiência que pode ser contestada dentro da comunidade gamer por indivíduos que priorizam a interação “mais direta” com a mídia jogo, apontando para uma sensibilidade hegemônica (CARDOSO FILHO, 2015) da experiência do jogar. Essa hesitação direcionada ao assistir como forma válida de consumir videogames se dá ao fato de que quando jogamos e agimos sobre narrativas interativas, diferentes *inputs*, reflexos e habilidades motoras e cognitivas são requeridos, esforços que junto aos tipos de estímulos vivenciados durante o jogar formam uma experiência que para muitos não pode ser alcançada no ambiente da Twitch.tv. Além disso, o participar de um jogo também requer a entrada deste ator/jogador no círculo mágico, o espaço de atividade do jogar, estando este dotado de atitude lúdica⁸ (FERREIRA, 2020) e naturalmente em total concordância e cumprimento com as mecânicas, regras, interações e limites que caracterizam o mesmo, o que nem sempre é garantido no caso de usuários que assistem streamings.

Espectadores silentes que não participam do chat, não se comunicam com o *streamer*, nem interagem com a plataforma e o jogo diretamente, podem se envolver com a narrativa do jogo quando vestidos na prática em questão, desenvolvendo, por

⁷ *Crossplay* é o termo utilizado no universo dos jogos para se referir à jogos ou experiências multiplayer online que permitem a jogabilidade cruzada, ou seja, jogadores em diferentes plataformas e hardwares (computador, console ou mobile) que possuem a possibilidade de jogar juntos e simultaneamente. O mesmo termo foi utilizado anteriormente por Goffman (1961) ao estruturar interações sociais em ambientes lúdicos e espaços de experiências no jogar, utilizando jogos como um exemplo de encontros sociais. Nesse contexto o autor classifica interações entre jogadores e espectadores como “crossplay”. Transportando esse conceito para o espaço do jogar e do assistir em plataformas de streaming online, nomeamos *crossplay* o tipo de jogar entre *streamer* (jogador um) e espectador (jogador dois), que mesmo em espaços e consumindo uma mídia através de interfaces e hardwares diferentes, desenvolvem um jogar em conjunto quando o observador transcende o papel do espectador e escolhe participar do jogo.

⁸ A partir de autores como Huizinga, Bernard Suits e Jacques Henriot, Ferreira desenvolve o comportamento e as condições necessárias para o jogador ao adentrar atividade do jogar, onde devemos “assumir um papel de suspensão de regras habituais do cotidiano para se engajar em outro escopo de regras próprias de tal atividade.”, postura referida como a atitude lúdica.

exemplo, teorias e métodos para solucionar desafios. No entanto, não há como atestar a inserção no espaço do jogar e a existência de atitude lúdica nestas ocasiões. No caso de espectadores *en passant*, que se movimentam entre canais de streaming como se “zapeia” uma televisão, também não encontraremos tantas expressões de interatividade, agência e envolvimento com o jogo, assim como na prática de usuários que realizam o que é chamado de “lurking”. *Lurkers* são espectadores que assistem, mas não interagem no chat. A prática está principalmente ligada à usuários que buscam garantir números de audiência para determinados *streamers* sem realmente participarem de forma integral, assistindo a várias *streams* ao mesmo tempo, mantendo *streams* silenciadas, ou deixando transmissões de fundo durante outras atividades, e, portanto, não usufruindo da experiência oferecida pela plataforma e pelo *streamer* em todo seu potencial.

No entanto, podemos concordar que em determinados casos os processos de fruição e compreensão de uma narrativa e de um *gameplay* por parte do espectador que consome a transmissão ao vivo podem se apresentar de forma semelhante, em certos aspectos, aos que experimenta o *streamer-jogador*. Nesse caso, as experiências partem de um radical comum, ainda que isto não as configure como análogas: o jogo, que é vivenciado e compartilhado. Podemos ainda acrescentar questões inerentes ao jogar como a percepção de tempo e espaço de jogo, os estímulos e sensações cíclicas de suspense e alívio criados pela narrativa, processos de interpretação, aprendizado e decisão, e fatores como a memória, por exemplo, que podem funcionar de formas diferentes para o jogador e o espectador, mas que apesar da distinção causada pelas mediações envolvidas, ainda podem ser percebidos como relevantes e presentes em ambas experiências.

Para melhor compreender o assistir em tais espaços e como este poderia ser o bastante para alguém que assume ter “jogado um jogo” através da espectralidade e dos processos que a circundam, podemos ainda recorrer à conceitos como o de interação vicária⁹, quando o espectador apreende e de certa forma vive, vicariamente, uma experiência de consumo a partir da observação da interação de um terceiro, ou mesmo à perspectiva de Huizinga (1980) que aborda tal transferência de estímulos ao mencionar o deslocamento do impulso competitivo do protagonista-jogador para o espectador, e o

⁹ No processo de abordar o consumo das “*new media arts*”, e desenvolver uma teoria da estética da interação na arte, ao analisar o papel do artista, do sistema/arte e do receptor/interator, Kwastek (2013) reconhece também a experiência do observador em espaços de artes interativas. A autora utiliza o termo de interação vicária segundo Golan Levin (2000) para trazer à tona a posição do observador que apesar de limitar sua participação ao assistir, desenvolve uma compreensão cognitiva e interpretação própria a partir da interação de outros.

compartilhamento de êxito entre o indivíduo que joga e o grupo que representa ou ao qual pertence. Além disso, no campo de estudos da Neurociência, tal fruição é desenvolvida através do processo de atividade dos neurônios-espelho¹⁰, que têm sido utilizados para justificar o apelo do assistir e o fenômeno de fruição vicária não só nos jogos, como também o prazer de assistir à vídeos de *React* ou mesmo no consumo de conteúdos eróticos.

As nuances dos consumos, esforços requeridos e estímulos percebidos, e das atitudes diante da narrativa-interativa do jogo e de outras práticas que se formam em volta dessa, nos levam então a buscar uma análise mais aprofundada das possíveis experiências interativas de usuários que consomem jogos através de plataformas de *streaming*. Para isso, podemos começar através do meio, em nosso caso, a Twitch.tv.

O jogo do assistir

No esforço de compreender as formas de consumo de jogos que se desenvolvem através e além do assistir, devemos reconhecer e levar em conta a importância das materialidades da plataforma que suporta a atividade, e como essa possibilita e modifica as experiências de seus usuários. Afinal de contas, como mencionado por Hernandez (2019), foram plataformas como o Youtube e a Twitch que “mudaram o *fandom* de videogames”, e conseqüentemente a forma com que os que pertencem à esta comunidade consomem jogos.

Invocamos, então, uma análise material para abordar a espetatorialidade de jogos, assim como Van Ditmarsch (2013), que reconhece a experiência do assistir tanto em espaços *in game* (dentro do jogo) no *spectator mode*, quanto na Twitch.tv, através de perspectivas materiais de ambos os meios. Assim, podemos desvendar como a Twitch.tv abriga e promove novas linguagens e práticas nos videogames, e junto à uma lógica de consumo digital moldada pelo contexto de uma era pós-mídia¹¹ (PEREIRA, 2020), é

¹⁰ Keyzers *et al.* (2010) apresentam o conceito de ativação vicária na neurociência, elucidando a capacidade de estímulos sensoriais vindos de experiências de terceiros incentivarem atividades em áreas do cérebro do observador que geralmente estariam envolvidas no processamento de suas próprias ações, emoções e sensações. Segundo a ciência dos neurônios-espelho, no momento em que assistimos à um *streaming* de *gameplay* onde o jogador transmite suas reações ao vivo através da câmera, estaríamos processando suas ações e emoções como se fossem nossas, em uma espécie de *mimésis* ou em uma “transferência” de estímulos cognitivos.

¹¹ Segundo o próprio autor, “Uma era em que as mídias, outroras fechadas e singulares, se reconfiguram em arranjos midiáticos abertos, capazes de se transformarem continuamente em outros arranjos, permeando formas, funções e linguagens de outros meios, indistintamente.” (PEREIRA, 2020), onde ocorre, portanto, a dissolução das mídias em detrimento dos arranjos midiáticos, que incluem elementos humanos e não-humanos compondo um processo de comunicação.

capaz, através de seu design de interface, *affordances*¹² e estrutura socioeconômica, de modular, promover e modificar expectativas, objetivos, prazeres, sensibilidades e formas de interação do consumidor em diversos níveis dentro das experiências do assistir.

Criada a partir da plataforma Justin.tv, fruto das ideias de Justin Kan, Emmet Shear, Michael Seibel e Kyle Vogt, a Twitch.tv nasce em 2011 do reconhecimento da popularidade de conteúdos de temática de jogos na internet, tendência que já se desenvolvia em sua plataforma antecessora. O website que hoje alcança uma média de 2,97 milhões de espectadores simultâneos (TwitchTracker.com, acesso em 08 de jun. de 2021), se lançou com o slogan “*Social Video for Gamers*”, que denota seu foco nos jogos e nas interações sociais possibilitadas, e mais tarde, em 2019, modificou sua marca para o lema “*You’re already one of us*”, ou “Você já é um de nós”, novamente uma ênfase no aspecto de comunidade. Com o passar dos anos a plataforma tem se desenvolvido e se atualizado frequentemente, ganhando novas ferramentas de modo a facilitar e incentivar a produção, o consumo e o envolvimento de seus usuários, e encorajar a apropriação de tais ferramentas na criação de novas formas de jogar, de assistir e de socializar.

E que ferramentas são essas? Se observarmos como se configuram a maioria das *live streams* de jogos na Twitch.tv, que pode ser acessível a partir de um navegador ou através de seu aplicativo oficial, notaremos que estas são constituídas, essencialmente, de conteúdo de áudio e vídeo - uma tela principal e áudio vindos do jogo que se desenrola na *live*, e uma segunda transmissão de áudio e imagem do *streamer*, que performa e reage ao vivo à experiência do jogar - acrescidos à um canal de chat IRC (Internet Relay Chat), que pode ser uma ferramenta para participação e performance social, onde os espectadores podem conversar entre si e com o *streamer*, além de um espaço de jogabilidade.

A partir do básico de uma *live stream*, podem ser acrescidos à tela de transmissão *overlays* (sobreposições) textuais e visuais, como logos, decorações, informações sobre o *streamer* (redes sociais, por exemplo), demais formadores da identidade visual do canal, e outros adicionais voltados à comunidade, como o

¹² Dentro do conceito de *affordance* em Shäfer (2011), submetido ao universo do assistir à jogos e mais especificamente, as tecnologias são apresentadas como facilitadoras ou repressoras da participação do usuário. A análise material destas tecnologias inclui as *affordances*, que descrevem duas de suas características: os aspectos materiais de um objeto ou tecnologia, e os recursos e qualidades ligados à acessibilidade e utilização e impostos a este pelo design. (*apud*. VAN DISTMARSCH, 2013)

compartilhamento de metas de seguidores, inscritos e doações, que se atualizam ao vivo conforme a comunidade participa, rankings de seguidores a partir de diferentes fatores de envolvimento, *feed* ao vivo do chat público, e notificações visuais e auditivas no estilo *pop-up* de ações performadas pelos espectadores (novo seguidor ou inscrito, doações enviadas ou mensagens personalizadas lidas ao vivo), que aparecem na tela para todos que assistem a *live*.

Nos arredores da transmissão em si, além do chat e dos serviços que podem ser acoplados a este – como abordado por Sjöblom *et al.* (2019), a plataforma permite a utilização de “diferentes bots automatizados (por exemplo, facilitadores de bate-papo, análises, pedidos de música, jogos no chat) e ferramentas (ferramentas de doação e rastreadores) (SJÖBLOM *et al.*, 2019, p. 23-24) – a Twitch oferece ainda outros instrumentos. Como em muitas plataformas de compartilhamento audiovisual, abaixo da tela principal temos o ícone do canal com informações sobre a *live* como título, o jogo que está sendo transmitido e *tags* que facilitam na procura por determinadas características de *stream* ou de comunidades online. Logo ao lado temos as opções de seguir e ativar notificações, de inscrição paga (*subscription*), que oferece benefícios a mais ao espectador, informações sobre quantos espectadores estão acompanhando a *live*, tempo ao vivo e opções de compartilhamento da *stream*. Porém, no caso da Twitch.tv, temos no espaço do chat instrumentos reconhecidos por incentivarem e permitirem a participação e a interação mais direta do espectador: uma aba para a moeda virtual Bits, que pode, entre outros propósitos, ser utilizada para enviar “*cheers*” ao *streamer*, a aba do programa de recompensas Pontos do Canal, e ainda a possibilidade de participar de enquetes (*Polls*) e apostas (*Predictions*), duas das mais populares ferramentas de engajamento da comunidade entre streamers parceiros e afiliados (*Twitch Partners e Affiliates*).¹³

Segundo a Twitch, contribuições financeiras como os Bits são mercadorias virtuais com as quais os espectadores podem “demonstrar apoio, celebrar momentos e amplificar a sua voz.”¹⁴, já que os mesmos, além de configurarem uma das formas de ganho para os produtores, também podem ser utilizados para garantir que as mensagens

¹³ BULAVA, J. Polls and Channel Points Predictions have leveled up with Twitch API and EventSub support. Twitch Blog, online, 24 de mai. de 2021. Disponível em: <<https://blog.twitch.tv/pt-br/2021/05/24/polls-and-channel-points-predictions-have-leveled-up-with-twitch-api-and-eventsub-support/>>

¹⁴ BITS e inscrições. **Twitch.tv**, online. Disponível em: <<https://www.twitch.tv/creatorcamp/pt-br/get-rewarded/bits-and-subscriptions/>>. Acesso em: 17 de jun. de 2021.

dos usuários sejam reconhecidas e para solicitar determinadas ações do *streamer* ou a participação no jogar. Já o Pontos do Canal, o programa de recompensas e vantagens personalizável da Twitch, é referido como uma forma dos produtores recompensarem e reconhecerem sua audiência pelas maneiras que apoiam a comunidade. Os pontos podem ser acumulados através de diversas interações dentro dos canais, como passar uma quantia de tempo assistindo à uma *live*, seguir, se inscrever, contribuir financeiramente, etc., e podem ser utilizados (assim como os Bits) como ferramentas de socialização, de influência nas performances que se desenvolvem na plataforma, e de interação lúdica.

Os pontos são trocados, por exemplo, por recompensas personalizadas, desenvolvidas pelo *streamer* e acionadas por seus espectadores. Nesse caso estes podem ser resgatados para destacar uma mensagem no chat, chamando a atenção do influenciador; solicitar que o jogador abra uma enquete pública, tome água, se alongue ou mude sua forma de falar; para enviar áudios diversos que em certas ocasiões interrompem, desconcentram ou surpreendem o *streamer* e a audiência; e para participar e interferir no jogo em si, banindo uma ação no jogo, pedindo que o *streamer* jogue sem óculos, escolhendo o personagem ou arma a ser utilizado, solicitando entrada no servidor do jogo (prática muito comum, principalmente em canais menores, onde o produtor convida sua audiência para adentrar na partida online e participar da experiência ao vivo), etc. Além disso, a participação no sistema de *Predictions*, apresentado pela Twitch em 2020¹⁵, oferece a oportunidade dos espectadores, durante o desenrolar do *gameplay*, apostarem uma quantia de pontos no resultado de uma partida, por exemplo, e ganharem uma parte do valor somado entre as apostas da comunidade, concebendo uma atividade secundária permeada pela utilização de mecânicas de jogos de azar como forma de engajamento, prática abordada na discussão sobre o fenômeno da gambificação nos jogos (ZANESCU, *et al.*, 2020).

Outras formas de jogar-assistir e *crossplay*, podem abranger desde processos mais simples, como o *streamer* incluir sua audiência nas decisões do jogo, solicitando que respondam ou auxiliem através do chat, até jogabilidades que requerem mecânicas mais sofisticadas, como em canais da Twitch Plays ou em experiências de jogos APG. Em *streamings* da categoria “Twitch Plays”, oficializada pela plataforma em 2016 após o sucesso do canal Twitch Plays Pokemon, que partiu de uma iniciativa de um programador

¹⁵ MOON, M. Twitch viewers can bet their channel points on predictions. Yahoo!Finance, online, 14 de nov. de 2020. Disponível em: <<https://finance.yahoo.com/news/twitch-predictions-channel-points-182233979.html>>

anônimo, a audiência é totalmente responsável por controlar, em conjunto, o jogo transmitido e avançar na narrativa de títulos diversos através de comandos inseridos no chat e decodificados por *bots* programados por criadores, ou a partir dos já mencionados Pontos do Canal e Polls (enquetes), configurando um exemplo de como é possível oferecer experiências de interatividade e agência dentro da plataforma de streaming. Já os mais recentes APGs (Audience Participatory Games) (SEERING, et al., 2017) desenvolvidos para o espaço online, são produzidos levando em conta a participação da audiência durante o jogar e as possíveis formas de integração com as materialidades das plataformas de *streaming*, também apresentando oportunidades de interatividade e agência onde o espectador se sente mais engajado com a experiência, indo além do assistir e se tornando também um participante, onde, dependendo da produção, este pode possuir o papel de auxiliar ou sabotar seu parceiro, o *streamer*.

Essas e outras práticas são manifestações de como usuários da Twitch.tv se utilizam e se apropriam do que é oferecido, muitas vezes levando suas experiências além do que é sugerido ou esperado pela plataforma e inspirando novos desenvolvimentos dentro do mundo do *streaming*, como foi o caso de Twitch Plays Pokemon.¹⁶ A espetatorialidade participativa através do social (HAMILTON; GARRETSON; KERNE, 2014) e o *crossplay* através do interativo são reconhecidos dentro da Twitch pelo conceito de “Multiplayer Entertainment”, ou entretenimento multijogador, o qual Emmet Shear, co-fundador e CEO da plataforma, refere como a capacidade de espectadores dentro da Twitch.tv de “influenciar o que acontece na stream” e “co-criar a experiência junto a ele [o streamer]” (SHEAR, 2019) e a comunidade.

Considerações finais

Levando em conta a nossa análise, se torna claro que as opções de envolvimento oferecidas dentro da plataforma Twitch.tv como forma de acompanhar e transcender o assistir à jogos são cuidadosamente consideradas no momento de desenvolver o tipo de experiência vivida e esperada na plataforma. O arranjo incentiva, pretende e prevê, ao oferecer tais ferramentas, que seus usuários espectadores se sintam impelidos a participar,

¹⁶ Em 2019, em uma postagem de seu Twitter em homenagem ao fenômeno do canal “Twitch Plays Pokemon”, Marcus Graham, diretor da Twitch Studios e chefe de desenvolvimento de criadores, afirmou que a iniciativa criada por um programador australiano até hoje anônimo não só inspirou uma geração inteira de fãs da franquia Pokemon, como também inspirou a própria Twitch, provando que a plataforma era e ainda é capaz de inovar e abrigar novos conteúdos interativos inéditos nos espaços de *streaming*.

interagir e contribuir com seus criadores e comunidades preferidas. Além disso, da mesma forma que suas *affordances* moldam novas sensibilidades e formas de consumir jogos, também são moldadas por estes que produzem e engajam em experiências lúdicas e sociais, os quais podem ser reconhecidos como espectadores, membros de um coletivo e *play-fellows* (HUIZINGA, 1980) no jogar. Através do envolvimento socio-emocional e de elementos lúdicos e de interatividade, a Twitch gera e garante prazeres e demandas que levam à permanência dos usuários na plataforma e ao reconhecimento de seu público em relação à identidade da marca.

Neste breve levantamento do espaço de experiência da Twitch pudemos observar modos consumo e participação do espectador que nos levam a compreender o apelo das atividades que se desenvolvem nestas comunidades participativas do jogar (HAMILTON; GARRETSON; KERNE, 2014) a partir de diversos níveis: a dimensão audiovisual do gameplay em si, na qual o espectador que assiste pode se envolver intensamente com a narrativa do jogo; o aspecto da figura do *streamer* e sua performance (influenciada pela plataforma, pelo jogo e por sua audiência), a qual o espectador consome, assimila, interpreta e de certa forma reflete; e as esferas participativa-social e lúdica-interativa (COEMA, 2020), onde atividades de sociabilidade e iniciativas relacionadas ao jogar se desenvolvem entre *streamer*, espectador e comunidade para criar uma espetatorialidade participativa que em determinadas ocasiões se torna mais atrativa do que o jogar em instâncias mais clássicas.

Assim, as práticas expressas no arranjo midiático que configura a Twitch.tv, os meios de suporte para esta e seus atores participantes, se estruturam não apenas como uma plataforma de entretenimento audiovisual, mas como uma rede social, um espaço de comunidades de fãs e uma mídia interativa/lúdica capaz de mudar concepções dos jogos e do jogar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, M.; BATTAIOLA, A. L. Gameplay: uma definição consensual à luz da literatura. In: SBGames, XV Simpósio Brasileiro de Games e Entretenimento Digital. São Paulo, 2016.

BULAVA, J. Polls and Channel Points Predictions have leveled up with Twitch API and EventSub support. Twitch Blog, online, 24 de mai. 2021. Disponível em: <<https://blog.twitch.tv/pt-br/2021/05/24/polls-and-channel-points-predictions-have-leveled-up-with-twitch-api-and-eventsub-support/>>. Acesso em: 15 de jun. de 2021.

CHEUNG, G., HUANG, J. Starcraft from the stands: understanding the game spectator. In: CHI'11 Conference on Human Factors in Computing Systems 2011, Vancouver, BC, Canada. Proceedings [...]. New York: Association for Computing Machinery, p. 763–772, 2011. Disponível em: < <https://dl.acm.org/doi/proceedings/10.1145/1978942>>. Acesso em: 17 de jun. de 2021.

CARDOSO FILHO, J. Disputas de valor na música popular massiva: política, estética e cultura. Revista Perspectiva Histórica, n. 6, p. 67-83, jul/dez. 2015. Disponível em: < <http://perspectivahistorica.com.br/revistas/1442861351.pdf>>. Acesso em: 07 de jul. de 2021.

COEMA, D. Práticas do assistir e o voyeurismo nos jogos digitais: Consumo de Let's Play e game streams na comunidade gamer. 2020. 78 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Estudos de Mídia) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2020. DOI 10.13140/RG.2.2.34223.46246.

FALCÃO, T. Não Humanos em Jogo. Agência e Prescrição em World of Warcraft. Salvador. UFBA, 2014. 332 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.

FERREIRA, E. O jogo não acabou: relações entre apropriação lúdica e produção de sentido nos videogames. Revista FAMECOS, v. 27, e33957, jun. 2020. DOI: 10.15448/1980-3729.2020.1.33957. Disponível em: < <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.33957>>. Acesso em: 5 de dez. 2020

GOFFMAN, E. Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction. Indianapolis: Bobbs-Merrill, 1961.

HAMILTON, W. A.; GARRETSON, O., KERNE, A. Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play within Live Mixed Media. In: CHI'14. Conference on Human Factors in Computing Systems, 2014, Toronto. Proceedings [...]. New York: Association for Computing Machinery, p. 1315-1324, 2014. Disponível em: < <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2556288.2557048>>. Acesso em: 17 de jun. de 2021.

HERNANDEZ, P. The people who watch video games, but never play them. Polygon, online, 16 de ago. de 2019. Disponível em: < <https://www.polygon.com/2019/8/16/20807731/youtube-twitch-fandom-video-games-cosplay-fan-art>>. Acesso em: 13 de jun. de 2021.

HUIZINGA, J. Homo Ludens: A study of the play-element in culture. Londres: Routledge & Kegan Paul, 1980.

KWASTEK, K. The Aesthetics of Interaction in Digital Art. In: KWASTEK, K. Aesthetics of Interaction in Digital Art. Cambridge: The MIT Press, 2013.

MOON, M. Twitch viewers can bet their channel points on predictions. Yahoo!Finance, online, 14 de nov. de 2020. Disponível em: <<https://finance.yahoo.com/news/twitch-predictions-channel-points-182233979.html>> - Acesso em: 16 de jun. de 2021.

MURIEL, D.; CRAWFORD, G. Video Games and Agency in Contemporary Society. Games and Culture (Online). Vol. 15(2) 138, p. 138-157, jan. 2020.

MURRAY, J. H. Hamlet no Holodeck. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

NEWZOO. Global Esports & Live Streaming Market Report. Newzoo.com, online, 9 de mar. de 2021. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoos-global-esports-live-streaming-market-report-2021-free-version/>>. - Acesso em: 31 de abr. de 2021.

ORME, S. “Just watching”: A qualitative analysis of non-players’ motivations for video game spectatorship. Journal New Media & Society, online, fev. 2021. P. 1-18. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444821989350>>. Acesso em: 31 de mai. de 2021.

PEREIRA, V. A. Comunicação na Era Pós-Mídia: Tecnologia, Mente, Corpo e Pesquisas Neuromidiáticas. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2020.

PETROVA, E. GROSS, N. 4 reasons people watch gaming content on YouTube. Think With Google, online, jun. de 2017. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/statistics-youtube-gaming-content/>> - acesso em: 12 de jun. de 2018

SEERING et al. Audience Participation Games: Blurring the Line Between Player and Spectator. In: DIS 2017 - Conference on Designing Interactive Systems. Proceedings [...]. New York: Association for Computing Machinery, p. 429-440 2017. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/317417086_Audience_Participation_Games_Blurring_the_Line_Between_Player_and_Spectator> Acesso em: 29 de abr. de 2021

SHEAR, E. What Streaming Means for the Future of Entertainment. Palestra proferida na Conferência TED2019, online, abr. 2019. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/emmett_shear_what_streaming_means_for_the_future_of_entertainment>. Acesso em: 05 de mai. de 2021.

SJÖBLOM, M., HAMARI, J. Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. Social Science Research Network, online, maio, 2016. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2779543>> - Acesso em: 24 de jun de 2020

SJÖBLOM, M. et al. The ingredients of Twitch streaming: affordances of game streams. Computers in Human Behavior, online, v. 92, p. 20–28, mar. de 2019. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563218304965>>. Acesso em: 17 de jun. de 2021.

VAN DITMARSCH, J. Video Games as a Spectator Sport. 2013. Master's thesis (New Media & Digital Culture). Utrecht University, The Netherlands, 2013. Disponível em: <<https://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/288162/Video%20Games%20as%20a%20Spectator%20Sport%20-%20JL%20van%20Ditmarsch.pdf?sequence=2>> Acesso em: 17 de jun. de 2021.

ZANESCU, A. et al. Betting on DOTA 2's Battle Pass: Gambification and Productivity in Play. *New Media & Society*, online, jul. 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1461444820941381>> Acesso em: 17 de jun. de 2021.