

No Princípio era a rede: O Orkut e o Colheita Feliz

Camila Lima Santana e Santana

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano, Brasil.

Resumo

O presente artigo busca discutir a emergência dos *social games* existentes nos *softwares* sociais, especificamente no *Orkut*, que vem provocando o interesse dos jogadores por estes espaços de interação e, conseqüentemente, ampliando as possibilidades de apropriação dos sites de redes sociais. Estes *games* podem também ser considerados jogos casuais, visto que apresentam pouca complexidade e têm a finalidade lazer, utilizando estratégias de colaboração, cooperação e conectividade, construindo novas possibilidades para as construções de redes sociais na internet.

Palavras-Chave: *Social games*. *Softwares* Sociais. *Games*

camilalimasantana@yahoo.com.br

1. Play: Conexões Iniciais

O último século representou um conjunto de mudanças significativas na esfera das ciências sociais. Essa alteração deve-se, como pontuou Franco (2008), a eventos importantes do século XX: inicialmente, aos estudos das teorias das redes, especialmente, as redes sociais, no final da década de 50. A década de 90 abarca duas outras ocorrências fundamentais: a ampliação das discussões das teorias do capital social e os avanços nas pesquisas dos sistemas complexos. Há, portanto, uma necessidade premente em se pensar novos pressupostos epistemológicos para as teorias e discussões sobre a sociedade contemporânea.

Além disso, o século XX pode ser considerado o momento histórico de evolução das mídias e, conseqüentemente, de mudanças nas estruturas sociais e de transformações significativas no âmbito da comunicação e, conseqüentemente, da interação social. A cultura midiática do século passado é repleta de representantes, mas duas mídias conseguiram ultrapassar aquela que, durante muito tempo, foi das mais rentáveis economicamente e nas formas de manifestação da cultura e do entretenimento, o cinema. Essas duas mídias são os *games* e a internet.

É notório o poder impactante, transformador e potencializador de produções sociais que permeiam a internet. Os *games*, por outro lado, já foram vítimas de denúncias, acusações, mas também, mesmo que por

poucos, de serem considerados o nirvana. Longe de apontar a internet como unanimidade de considerações positivas, visto que também há visões apocalípticas em torno desta mídia, a “www” tornou-se no final do século XX e início do século XXI, um espaço de convergência de diversas mídias, inclusive dos *games*.

Contudo, este artigo não tem a intenção de analisar os *games* e as redes sociais, mas apresentar visões, apontamentos, considerações ainda iniciais a respeito da temática. Falta, para tanto, um estatuto puramente científico que sustente essa opção. Não partirei de campo pesquisado, nem de análise de discursos ou sujeitos, mas de observações a respeito dos *games* que vem, no final da primeira década do terceiro milênio, emergindo em sites de relacionamentos na internet, que aqui trato como *software* sociais.

2. No Princípio era a Rede...

Seres humanos que se conectam entre si formam redes. O “social” é isso. Ponto (FRANCO, 2008, p.6).

João Cabral de Melo Neto (1966) já dizia: “Um galo sozinho não tece a manhã: ele precisará sempre de outros galos”. O poema do autor pode ser pensado como uma grande teia. Galos conexos, construindo a cada dia uma manhã. Cada galo lançando um grito a outro que, apanhando-o, lança-o novamente a um outro, formando uma extensa rede. Utilizando o simbolismo de Melo Neto, convido os leitores a pensarem a respeito do termo ‘rede’.

O termo rede é um amplo campo semântico, em virtude dos seus múltiplos sentidos e significados. Redes, contudo, são sistemas de conexões, relações. Podem ser estas conexões de máquinas, fios, linhas, instituições, pessoas, etc. O que significa dizer que tecidos unidos formam redes de dormir; microorganismos, plantas e animais ligados configuram a teia da vida; máquinas conectadas formam a rede internet; escolas públicas interligadas formam uma rede de ensino, e as vivências coletivas dos seres humanos a partir das relações que estabelecem entre si, formam redes de amigos, colegas, pessoas, redes sociais. Ou seja, nem toda rede é social Segundo Franco (2008) estas relações podem ser entendidas como dutos por onde mensagens trafegam. Assim, uma rede social, pode ser pensada em nodos e conexões, pode ser entendida de forma que os nodos

são as pessoas e as conexões são as relações entre elas. Essas relações, como foi dito, se assinalam pelas possibilidades de comunicação entre as pessoas, ou seja, a emissão e recepção de mensagens. É esta ação que configura uma conexão estabelecida e, conseqüentemente, a formalização de rede social.

Segundo Recuero (2006), cientificamente o estudo das redes foi iniciado por matemáticos e, mais tarde, adotado por pesquisadores das Ciências Sociais. As ciências sociais compreendem as redes como metáforas estruturais para agrupamento de pessoas, utilizando esse simbolismo como uma ferramenta explicativa. A sociedade e pesquisadores contemporâneos, no entanto, necessitam atualmente de uma percepção mais ampla, o que significa compreender os fatos sociais como uma rede real, mais do que apenas a manifestação de uma metáfora.

Recuero (2006) afirma ainda que foi a partir destas percepções que as teorias dos grafos e suas possíveis aplicações ganharam terreno nas Ciências Sociais, originando estudos como a análise estrutural das redes sociais. No entanto, sabe-se que a análise de redes sociais é complexa e que este estudo fornece instrumentos elementares para diversos elementos do ciberespaço, por exemplo, tais como: estruturas e dinâmicas sociais; criação e manutenção de capital social; emergência de cooperação e competição, dentre outros¹ (RECUERO, 2006).

É importante ressaltar que as redes sociais ou o campo de estudo referente à elas não são fenômenos recentes, novos, muito menos atrelados exclusivamente às tecnologias digitais. É fato que nos últimos anos as redes sociais, sobretudo as digitais, têm sido tema de conversas informais, pesquisas científicas, publicações etc. e, portanto, atribuiu-se as tecnologias digitais da informação e comunicação a representatividade desse 'formato novo de organização'. Mas não é bem assim. Tapscott (1996) já compreendia no final do século passado que, em se tratando de redes digitais, estas não se referem ao arranjo em rede da tecnologia, mas da organização em rede dos homens por meio da tecnologia. Ou seja, mas do que discutir que o século XXI será uma era de máquinas e inteligência artificial, é importante considerar que esta é uma era de homens que, por meio das redes sociais digitais, podem cooperar, colaborar e combinar suas inteligências, gerando um conhecimento em rede, uma nova forma de inteligência coletiva, como também já afirmou Lèvy (1993).

¹ Vale ressaltar que, apesar do reconhecimento da importância e complexidade da análise de estrutura de redes sociais, a pesquisa aqui apresentada, bem como este trabalho, não tem esta intenção e nem objetivo. Não busco aqui realizar análise estrutural de redes sociais.

Assim, a partir do momento em que os homens criaram vínculos, estabeleceram laços, comunicaram-se, das formas mais primitivas, constituíram redes sociais. Portanto, não há uma descoberta em relação a existência das redes sociais. A própria sociedade é a rede social. O que há são novos fenômenos potencializados e potencializadores de redes sociais, além de mecanismos e tecnologias voltados especificamente para o social, ou seja, para os sujeitos interligados, instituições conectadas, pessoas que convivem: um novo olhar sobre essas relações.

A rede social não é uma invenção contemporânea. É possível dizer que no princípio era a rede... a rede social que existe independentemente de esforços organizativos voluntários (o que será chamado aqui de "rede-mãe") é a sociedade que existe (não a que não existe) e que só não se manifesta como é porquanto foi invadida por programas verticalizadores, que atuam alterando a topologia distribuída, centralizando fluxos (FRANCO, 2008, p.6)

Atualmente, quando se fala em Redes Sociais, imagina-se de imediato os sites de relacionamento na internet, aqueles que possibilitam o compartilhamento de conteúdos e ensaiam uma demonstração de identidade coletiva, de interatividade contínua: *Orkut, Facebook, LinkedIn, Baboo, MySpace, Sonico, Flickr, Friendster, Twitter*, etc. Contudo as redes sociais não são sinônimos dos sistemas digitais. É importante, assim, levar em consideração a ressalva que Recuero (*online*)² faz, quando chama atenção para o cuidado que devemos ter ao conceituar as redes sociais para que não haja confusão com *softwares* sociais, estes sistemas digitais que permitem o compartilhamento de ideias, conteúdos, dentre outras possibilidades.

Considero que não se pode confundir o *software* ou o sistema com o grupo social. O sistema, sem o grupo, nada mais é do que um *site/software*. Já o grupo, mesmo sem o sistema, continua sendo um grupo. O risco de tratar todo o tipo de sistema como comunidade ou como a rede é aquele de que nem todos os *sites* possuem um grupo social associado. E nem todo o grupo social associado pode constituir uma comunidade virtual (RECUERO, *online*).

Ou seja, as redes sociais não estão exclusivamente no mundo virtual digital, na internet. As redes, como o nome mesmo indica, estão no mundo social, ou seja, no universo dos sujeitos.

² Informação encontrada na página pessoal da autora <<http://www.pontomidia.com.br/raquel>>, postado em 07 de abril de 2007.

São estes grupos de sujeitos que, conectados a outros grupos, formam redes sociais. Na internet, estas conexões são potencializadas pelo rompimento da barreira de tempo e espaço. Assim, *softwares* de mensagem instantânea, rede de relacionamentos, simuladores de vida real e repositórios *online* de informações podem constituir redes sociais à medida que seus atores interajam uns com os outros, criando vínculos, projetos comuns e formas de comunicação singulares naquele espaço.

Sendo Redes sistemas de conexões, consideraremos a variação tipológica, ou seja, a forma como estas redes são distribuídas, seus graus de repartição, suas estruturas. Sem dúvidas, o elemento contemporâneo mais significativa dessa possibilidade de conexão síncrona, em tempo real, independente da distância física, que fez acelerar a emergência de novos fenômenos sociais inéditos, pode ser representado pelos *e-mails*, sites de relacionamentos, pela blogosfera, pela telefonia celular e pela *twittosfera* mais recentemente.

Não são as mudanças tecnológicas que produzem a mudança social em curso na contemporaneidade, com a emergência das redes sociais, mas exatamente o contrário. As pessoas que desenharam o formato das novas tecnologias de informação e comunicação – e que inventaram a Internet, inclusive – só as conceberam dessa forma interativa, libertária e praticamente imune ao controle exercido por uma instância vertical de poder porque souberam captar novas possibilidades sociais de efetivar mecanismos desse tipo (FRANCO, 2008, p. 6)

Segundo Franco (2003), as condições que possibilitaram o nascimento das redes telemáticas são sociais. Isso significa um diferencial importante no que tange a análise, o principal não é levar em consideração o fato de serem essas redes telemáticas, mas sim de serem redes, uma forma social no padrão organizacional. O progresso tecnológico que criou e permitiu o surgimento de um mundo sem distâncias físico-temporais por meio de meios de comunicação como a internet, por exemplo, desempenha um papel fundamental, mas o que constitui o direcionador do seu desenvolvimento responde ao nascimento de relações sociais novas e não o contrário.

Quando se inventa um novo hardware ou um novo software que permitem que tal ou qual operação seja feita entre grupos humanos é porque essa operação atende ou corresponde a um padrão de comportamento dado pela configuração e pela dinâmica desses grupos – uma necessidade, um desejo coletivo, enfim, uma possibilidade de vida ou convivência social admissível ou apropriável por eles (FRANCO, 2008, 167).

Exemplo desse desejo coletivo e possibilidade de convivência social podem ser encontrados nos *Social Games*. O social não se alude unicamente a um conjunto de homens, mas um conjunto de relações, as quais são conexões, caminhos por onde as mensagens (padrões) transitam. Os games, neste sentido, configuram-se espaços essenciais para a efetivação dessas demandas sociais na contemporânea sociedade digital.

3. Dos Games ao Social Games

O ato de jogar, ação primordial quando se trata de games, é considerada uma atividade inerente ao homem desde os primórdios de sua existência. Além disso, está intimamente ligado ao ato de raciocinar, pensar e produzir artefatos relacionados à sua prática. “Os jogos são atividades voluntárias, que seguem regras obrigatórias, aderidas em comum acordo por seus participantes” (NUNES, 2007, p.3).

As primeiras discussões em torno do conceito de jogos remetem ao início do século XX, quando alguns autores, a exemplo de Huizinga, trataram deste tema de forma científica. Desde então, muitas transformações aconteceram tanto com os jogos como com as formas em que estes são tratados no âmbito do estatuto da ciência.

Dos jogos de linguagem, jogos corporais, passando pelos de tabuleiros, até os jogos computacionais há bastante diferenças, proximidades e polêmicas. Segundo Ranhel (2009) tanto os jogos quanto as narrativas são como colunas basilares que apóiam o desenvolvimento da cultura humana. No entanto, segundo Huizinga (2005), os jogos antecedem as narrativas, visto que a narrativa nasce da linguagem e os jogos estão atrelados ao gasto de energia, de tempo, destreza, brincadeira. Portanto, estes dois fenômenos possuem naturezas diferentes, mas que em alguns momentos, sobretudo na contemporaneidade, convergem.

Jogos são estruturas nas quais o jogador age, experimenta, vivencia situações. Narrativas descrevem ações passadas. Jogos são um agora, um fazer acontecer no momento em que são jogados. Narrativas baseiam-se em fatos que já ocorreram, suas relações de causa e consequência. Há varias diferenças entre a narrativa tradicional e os jogos; contudo, quando ambas as atividades migram para os computadores, começa a haver uma fusão, uma mescla entre elas (RANHEL, 2009, p. 17).

A partir dessa percepção, quando se trata de jogos computacionais, virtuais ou digitais, muitas vezes, a narrativa é elemento fundamental para o processo. Pensemos, especificamente, em relação ao espaço

em que se limitam os jogos. Primordialmente, os jogos limitavam sua prática ao ambiente físico presencial real, sobretudo no que se relaciona aos jogos esportivos, oriundos do século XVII. O que significava que para vencer um jogo eram necessários: planejamento, técnica e organização. Assim, segundo Nunes (2007), cada sujeito deveria ocupar e exercer seu papel de forma apropriada, bem como, atingir sua melhor performance se quisesse vencer.

Esses pressupostos, na perspectiva histórica traçada por Nunes (2007), estão vinculados diretamente aos jogos corporais, mas podem valer para os jogos de tabuleiro, por exemplo. A autora ressalta que com o artifício da industrialização, urbanização e o nascimento das tecnologias digitais, os jogos praticados em ambientes reais deram lugar (sem, contudo excluir outras modalidades) à simulação derivada pelos jogos virtuais proporcionados pela computação.

Esta evolução permitiu que na década de 70 os videogames (jogos em vídeo utilizando tecnologia computacional) enriquecessem em possibilidades de manipulação por parte dos jogadores que contavam com personagens mais ricos e com narrativas próprias. Mas foi a internet a responsável pela simulação de vivências e narrativas em rede, dentro de um universo de simulação em um computador pessoal.

Esta simulação, atualmente de proporções próximas ao real, constitui um potencial significativo de catarse e a possibilidade de projeção do *gamer* em viver situações diferentes das que experencia realmente. No ambiente da simulação virtual se pode ser quem quiser, ter o que quiser, construir impérios em tempos recordes, bem como, viver as vantagens de ser mais bonito, popular, inteligente ou dotado de poderes especiais. Isso fez com que os games virtuais arrematassem adeptos por todo o mundo.

Na contemporaneidade, contudo, há um novo fenômeno capaz de ocupar horas de funcionários, famílias, amigos: os *social games*. Estes são games que reúnem grupos de participantes dentro de *softwares* de redes sociais. Comumente os *social games* possuem objetivos simples que vão da diversão, competição até a cooperação entre amigos para conseguir prestígio no grupo. Além disso, minimizam a necessidade de narrativas elaboradas, quando não as eliminam.

Um outro fundamental elemento é que estes games dependem diretamente do ambiente em que estão disponibilizados, ou seja, o sucesso irá depender da popularidade do site de rede social, pois, geralmente, os *games* são mais interessantes para aqueles que possuem mais amigos que utilizam estes aplicativos, visto que aumenta a probabilidade de competição e cooperação entre os *gamers*.

Não é de se estranhar que o *Orkut* como um dos sites mais populares do Brasil, como veremos a frente, disponibilize aplicativos do tipo *social games* que se tornam sucesso e, de forma espiral, revitalizam o próprio site, à medida que institui novas apropriações. O que se discute na área é de que há um desgaste natural com o passar do tempo em relação a inserção nestes espaços. Com esse desgaste, os acessos acabam sendo mais espaçados e, conseqüentemente, o site pode perder a visibilidade e popularidade, visto que o motor propulsor de usabilidade destes *softwares* sociais é a manutenção da permanência e vínculo enquanto capital social. Isto considerando que estes espaços sustentam redes de forma associativa, segundo perspectiva de Recuero (2006), ou seja, adicionam-se pessoas sem necessidade de conversação ou interação, formam-se assim, relação de amigos, sendo possível acompanhá-los mesmo sem interação mútua, Primo (2007).

Os aplicativos do tipo *social games* emprestam fôlego a estes *softwares* sociais, pois insere a diversão como elemento de valor no lugar de apenas as formas convencionais. Assim, no momento que os aplicativos são disponibilizados, o fluxo no site aumenta. De forma sólida transformam os hábitos de usabilidade nos *softwares* sociais. Esses sujeitos, contudo, são considerados *casual gamers*, ou seja, pessoas que querem ter um pouco de lazer nas horas vagas, mas sem complexidades em jogos com roteiros pouco complicados, segundo Recuero (*online*). Enquanto *social game casual*, o Colheita Feliz, game apresentado logo a seguir, tem este objetivo e retorno de sucesso, provavelmente, por estar no maior site de rede social do país.

3.1 Colheita Feliz: O jogo

Para tratar da discussão entre *social games* e os sites de redes sociais, abordarei dois dos maiores fenômenos da internet na primeira década do século XXI, mais propriamente entre 2009 e 2010: o casamento do *Orkut* com o Colheita Feliz.

O *Orkut* é um sistema de *software* social criado em janeiro de 2004 pelo engenheiro turco Orkut Buyukkokten e lançado pelo Google. “Uma espécie de catálogo de indivíduos voltado para a sociabilidade (conhecer amigos, criar grupos e trocar informações de interesse)” (RECUERO, 2006, p.15). O *software* social nasceu com a finalidade de fazer com que seus membros criassem novas amizades e mantivessem relacionamentos, procurando estabelecer um círculo social – como pode ser visto na página inicial do sistema.

Mesmo após completar seis anos de idade, O *Orkut* continua sendo o site de rede social favorito dos brasileiros, ocupando o segundo e oitavo lugar³ no

³ Como o Ranking do alexa é por domínio, o *orkut* aparece 2 vezes, visto que pode ser acessado tanto pelo *orkut.com.br*, quanto *orkut.com*. Isto ainda

ranking dos sites mais populares do Brasil, segundo o alexa⁴.

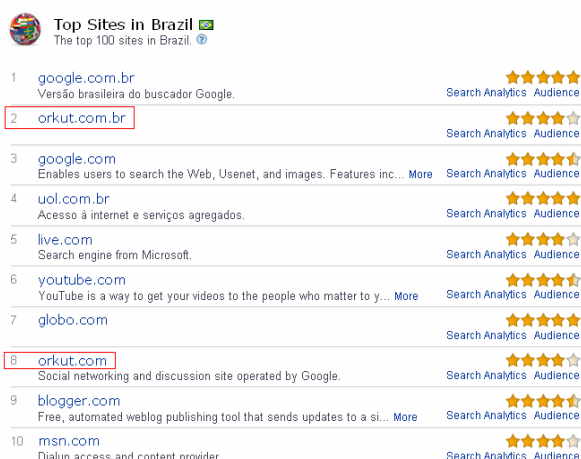


Figure 1: Ranking dos sites mais populares do Brasil acessado em 22 de fevereiro de 2010 Fonte: < <http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>

Desde o seu nascimento, o *Orkut* vem buscando inovar no oferecimento e opções de usabilidade e aplicativos para seus usuários. O primeiro aplicativo que o *site* ofereceu foi o *buddypoke* em 2008. Este aplicativo objetivava promover uma outra forma de interação entre os sujeitos dentro de suas redes sociais, por meio de avatares em 3D customizados pelos usuários e ‘enviando’ ações entre os *pokes* que vão de beijos e abraços de urso até dar socos, mandar flores, apreciar um som de guitarra ou mesmo dar um passeio pela cidade.

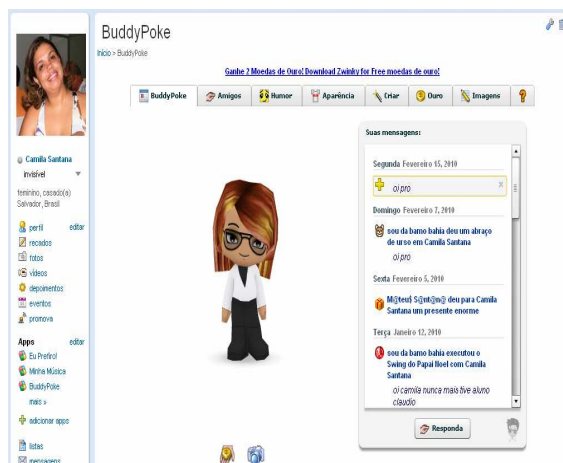


Figura 2. Ranking dos sites mais populares do Brasil acessado em 22 de fevereiro de 2010 Fonte: < <http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>

Assim como o *buddypoke*, uma série de aplicativos foi oferecida no *Orkut*. A partir do segundo semestre

pode trazer um outra implicação, a de que em se tratando do domínio br, de fato, ele ocupa a segunda posição. ⁴<http://www.alexa.com>

de 2009, segundo Recuero⁵, a busca por *games* no *Orkut* ganhou força, atingindo fortemente as redes sociais dos usuários do site. Um dos responsáveis por este fenômeno é o *Colheita Feliz*, um jogo em forma de aplicativo disponibilizado no *Orkut*. Há quem diga que o *game* é uma versão do *Farmville* do *Facebook*. No entanto, mesmo sendo uma opção localmente brasileira, o fato é que o *Colheita Feliz* vem abarcando cada dia mais usuários no *software social*.

De acordo com uma matéria do *ReadWriteWeb Brasil*⁶, publicada no início de janeiro de 2010, o *Colheita Feliz* possui 14 milhões de usuários, sendo 85% deles ativamente participantes. “É um crescimento assustador, dado que o serviço conseguiu em 3 meses atingir um volume de usuários no Brasil que nem o *Twitter* e nem o *Facebook* conseguiram no último ano” (Gomes, 2010, *online*).

Um outro elemento importante que relaciona-se, inclusive, com a proposta de convergência, apontada por diversos autores que discutem a cultura e a sociedade contemporânea, como Jenkins (2008), é o fato de que, embora se joguem estes *social games* em sites específicos, *Colheita Feliz* no *Orkut*, por exemplo, as ações e interações do jogo são publicizadas em outros sistemas, a exemplo do *Twitter*.



É particularmente interessante que esses jogos parecem, também, estar redirecionando o tráfego e acessos mais contínuos para o próprio *Orkut*. Ao mesmo tempo em que vejo

⁵ Informação retirada de <http://pontomidia.com.br/raquel/> post de 14 de janeiro de 2010.


⁶ <http://readwriteweb.com.br/2010/01/11/colheita-feliz-e-maior-que-o-twitter-no-brasil/>

mais e mais pessoas comentando os jogos e logando para jogar, a timeline no sistema passa a trazer mais ações relacionadas a jogos. Como consequência, mais usuários jogam e mais o jogo se espalha (RECUERO, 2010, *online*).

É importante analisar os fatores que levaram o Colheita Feliz a fazer sucesso no *Orkut*. Segundo Recuero (2010) o fenômeno não é decorrente da inovação ou novidade que venha ser o jogo, mas das possibilidades de interações sociais que o aplicativo permite e, por isso, é considerado um *social game*. Deste modo, a autora continua analisando que, embora muito parecido com o *FarmVille* e *FarmTown*, ambos do *Facebook*, o Colheita Feliz, tem elementos que tem relevante importância para os orkuteiros brasileiros.

O *game* Colheita Feliz tem uma vertente social e de valores extremamente significativa. É preciso regar a plantação, cuidar do seu terreno, dos animais que possua, alimentando, fertilizando, colhendo os alimentos que os animais produzem e os frutos. Contudo, é preciso traçar estratégias para avançar no jogo. Uma delas é o roubo das colheitas dos amigos pertencentes a sua rede social no *Orkut*. ‘Roubar’ os frutos e alimentos das outras colheitas torna-se uma atividade quase que ‘obrigatória’ na trajetória do *game*, mas é preciso ser ágil para evitar ser roubado. Uma vigilância quase permanente.

 Todo mundo tá viciado nessa #ColheitaFeliz Fui roubar agora e ngn tinha nada pra roubar!! , e ainda me roubaram #pakaraio #fdpfdpfdp
about 2 hours ago from Echofon

 17.000 em roubos?? Melhor impossível. huahau #colheitaFeliz
about 3 hours ago from web

São os pequenos (ou grandes) furtos que garantem moedas extras que permitem novas compras. Existem três tipos de ganho no *game*: dinheiro, experiência e popularidade. Para ganhar dinheiro, representado por moedas amarelas e verdes, além dos furtos, uma ilegalidade permitida no jogo, mas com regras, visto que não pode ser apanhado a mesma colheita ou mesma produção do animal mais de uma vez pela mesma pessoa, existem os ganhos pelo que se colhe e vende. Essas vendas dão origem às moedas amarelas. As moedas verdes precisam ser adquiridas em moeda corrente, Real. Uma outra possibilidade de ganhar as tais moedas verdes, fundamentais para adquirir alguns itens específicos no *game*, é por meio do convite a amigos. Se os amigos da rede no *Orkut* aceitam ter o aplicativo em seu perfil, automaticamente moedas verdes são doadas.

A experiência, como o próprio nome diz, é adquirida por meio da realização das ações possíveis no jogo. Assim, quanto mais planta, colhe, cria animais, o nível de experiência vai aumentando. Bem como, a partir das boas ações nas colheitas dos amigos, pontos são adicionados ao nível de experiência. Então, se o usuário extermina as pragas e pestes que surgem nas plantações, ganha pontos que ampliam a experiência.

O terceiro elemento de ganho no jogo é a popularidade. Ela está intimamente relacionada ao tamanho da rede que o jogador possui no *game*. Ou seja, quanto mais amigos, mais popularidade. Uma outra forma de ganhar popularidade é receber flores dos amigos. Essas flores vêm com pontos de que são adicionados ao perfil do jogador e podem ser recebidas e dadas.

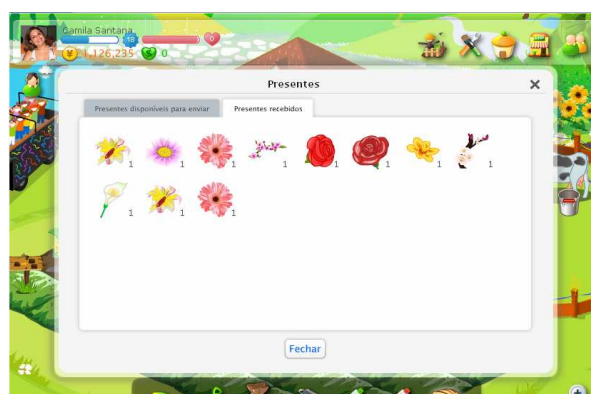


Figura 3. Interface da tela de presentes do Colheita Feliz acessado em 22 de fevereiro de 2010
Fonte: < <http://www.orkut.com>>

Desta forma, é possível notar que os intercâmbios e a estrutura em rede são condicionantes para os *social games*. A força destes jogos está na própria estrutura que envolve os atores. O que significa que cada jogo vai implicar de uma forma nas redes dos sujeitos dentro dos *softwares* sociais. Segundo Recuero (*online*), alguns *games* excitam a disputa, competição entre o que a autora costuma chamar de ‘laços fortes’, ou seja, os amigos de fato, e outros jogos estimulam a ampliação das redes sociais, pois este acréscimo aumentam a força e competência dos jogadores, tornando-se mais forte a competição entre os ‘laços fracos’. Os *social games* são divididos em dois grupos para Recuero (*online*) os que ampliam e complexificam as redes, focalizando o capital social de conexão, e os que mantêm as redes sociais que já existem, enfocando o capital social de manutenção e fortalecimento.

O Colheita Feliz entra neste segundo grupo. Os jogadores fortalecem suas redes com a usabilidade do aplicativo e utilizam como mecanismo de fortalecimento, as interações dentro das possibilidades do jogo, o intercâmbio no sistema e além dele.

Essa pequena diferença pode ter um impacto interessante. Primeiro, mostra que há valores

diferentes que podem ser percebidos nos jogos. Enquanto alguns têm um valor social focado na criação de grupos e construção de hierarquias e de poder, de uma forma mais societária; outros são mais valorizados entre grupos pequenos, na competição como forma de aprofundamento dos laços sociais, de uma forma mais comunitária. Isso significa também que é provável que esses tipos diferentes de jogos estimulem tipos diferentes de monetização e de apropriação. Além disso, também auxilia a elaborar formas mais eficientes para tornar os jogos mais engajantes e com maior retenção. Por exemplo, jogos que focam os laços fracos podem ter menos interação entre os mesmos atores, apesar da rede maior, estimulando mais valores individuais, enquanto jogos que focam os laços mais fortes, podem ter mais interação entre os mesmos atores, estimulando valores mais coletivos. Essa é uma das questões que estou examinando atualmente, procurando entender como esses elementos estão conectados (RECUERO, *online*).

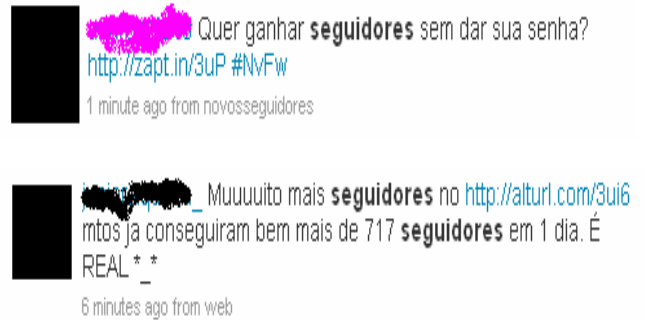
Amy Jo Kim, produtora de *games*, afirma que é importante levar em consideração cinco elementos da mecânica de jogos que devem ser incorporados aos *social games*. A designer parte do princípio de que a vontade de jogar e de buscar diversão é essencialmente inerente ao ser humano, compartilhando assim, com muitos autores clássicos da área de jogos, como Huizinga e Callois. Deste modo, coleção, pontos, *feedback* e interações são os pontos que devem pertencer em todo *social game*.

O primeiro componente, **coleção**, é um princípio que busca fortalecer ou representar a necessidade que os sujeitos têm, na perspectiva de Kim (2000), de colecionar itens e exibi-los. Assim, completar uma coleção torna-se uma mola propulsora, motivacional dentro do *game*. Enquanto componente ele é importante tanto nos games como nos sites de redes sociais. Grande parte dos jogos conta com inventários, onde o que é feito muitas vezes é colecionar objetos. O *game* Joga Craque no *Orkut*, por exemplo, tem este componente muito forte no jogo, o que possibilita uma série de ações disponibilizadas a partir do que e quanto o jogador coleciona.



Figura 4. Interface do inventário do Joga Craque acessado em 22 de fevereiro de 2010
Fonte: < <http://www.orkut.com>>

Nos sites de redes sociais o fenômeno é o mesmo. Colecionar amigos no *Orkut* pode indicar popularidade, assim como, colecionar seguidores no *Twitter*. Isso tudo indica a necessidade dos usuários dos sites e *gamers* colecionarem. Esse ato pode indicar poder e popularidade.



O segundo componente que Kim (2000) apresenta como importante são os **pontos**. Estes seriam a forma mais comum e usual de demonstrar resultados em jogos, tornando-se espelho da eficiência, mérito ou habilidade do *gamer*. Os pontos acumulados podem definir um ranking, como no caso do Joga Craque ou agrupar os jogadores por níveis, estratégia também usada no Joga Craque. No caso do Colheita Feliz, o *ranking* pode ser de três tipos: pela experiência, dinheiro ou popularidade.

A existência destas listas denominadas *rankings* é um elemento que recorre à competição, segundo a autora, característica também inata do homem, e isso acaba incentivando o jogador a tentar sempre subir de colocação ou de nível o máximo e mais rápido possível. Sem, contudo, indicar, maior dificuldade no roteiro do *social game*. No Colheita Feliz, por exemplo, subir de colocação e nível, indica maiores possibilidades de compras e aquisições.



Figura 5. Interface do quadro de compras do Colheita Feliz acessado em 22 de fevereiro de 2010
Fonte: < <http://www.orkut.com>>

Nos sites de redes sociais os mesmos seguidores do *Twitter*, os subscritores de um blog podem ser

considerados os pontos destes sistemas. Kim (2000) denomina ainda uma pontuação diferenciada para estes *softwares*, são os pontos sociais, a qualificação no Mercado Livre, os votos das notícias do *Digg*, todos estes se configuram como catalisadores de ações sociais em todos os aplicativos, o que acaba estimulando a interação entre os sujeitos.

Feedback é o quarto elemento apontado por Kim (2000) e considerado um elemento de extrema importância para qualidade do *game*. É o resultado imediato das atividades dentro do jogo. Pode ser considerado também um mecanismo de tornar o jogo ainda mais prazeroso, além de colaborar para a aprendizagem e conhecimento do roteiro do game e de suas etapas. No *Colheita Feliz*, por exemplo, sempre que se tenta 'roubar' algo da fazenda de um amigo que já foi roubada, o sistema avisa que isso não pode ser feito.

Os sites de redes sociais, como *Orkut*, enviam atualizações de quando recebemos mensagens ou algum dos sujeitos das redes faz algo relevante, como adicionar um novo amigo ou participar de uma nova comunidade.

As **interações**, certamente, são pontos fundamentais para os *social games*. Kim (2000) as divide em: explícitas, que são as forçadas pelo sistema, não partindo do *gamer* o retorno da ação. Por exemplo, no *Colheita Feliz*, o momento de alimentar os animais é apontado pelo sistema, as recompensas são também unilaterais; e implícitas, quando há a opção de reciprocidade. No *Colheita Feliz*, por exemplo, é possível enviar presentes aos amigos com mensagens. Estes presentes são flores, que se transformam em ganho de popularidade para quem as recebe.

A **personalização** é um elemento importante para os *social games*. É comum que os jogos permitam que os *gamers* personalizem um personagem, escolhendo cor, raça, roupa, cores. Aliás, a personalização está para além dos *games*, nas comunidades são comuns usos de avatar, como no *Second Life* ou no próprio *Orkut* com o *buddypoke*. Kim (2000) determina dois tipos de personalização: a automática, quando é o sistema que fornece as sugestões de algo para utilizar ou consumir; e a manual que é o que permite ao usuário manipular livremente seu perfil, de modo a tornar-se único. No *Colheita Feliz*, por exemplo, a personalização dar-se no nível de escolha dos tipos e organização das plantações ou da decoração da fazenda. Contudo, todas as possibilidades são oferecidas pelo sistema que, tanto sugere, como disponibiliza opções.

Deste modo, levando em consideração os elementos pontuados por Kim (2000), os *social games* representam as necessidades do ser humano que estão relacionadas à diversão e ao lazer e, diante das possibilidades que a internet cria e permite, quanto à

simulação, designer e interatividade, há uma potencialização nos processos de interação nestes espaços e das múltiplas interfaces dos *games* nos sites de redes sociais.

4. Off- Desconectando

Fazer rede é fazer amigos. Simples assim. As formas de construir estas redes na contemporaneidade são as mais diversas, variadas e possíveis. Qualificar as redes construídas e as formas como se estruturam é um dos objetivos das ciências sociais pós primeira década do novo século. Contudo, a existência e vivência destas redes antecedem as pesquisas e discussões.

É notório, para aqueles que caminham pelas teias da internet, a mobilização que os *social games* vem causando na rede virtual, invadindo espaços para além dos que ocupam. Esse fenômeno por si só já carece de atenção e análise e, em boa parte, é possível graças a web.

A internet é responsável pela transformação dos padrões midiáticos e da comunicação, pois possibilitou a conexão de panoramas diversificados, além de promover uma visão totalitária global dos processos sociais. A sociedade atualmente interage por símbolos e linguagens diversas e diverte-se em espaços variados. A internet, de maneira significativa, amplia essas possibilidades.

Os sujeitos cada vez mais almejam interagir com tudo que faz parte do seu circo social e de desejo. Os sites de redes sociais e os *games* possibilitam a inclusão neste mundo de simulações, experimentos e hiperrealidades. Deste modo, conectemo-nos, joguemos em rede.

Referências

- FRANCO, Augusto. *Escola de Redes: novas visões sobre a sociedade, o desenvolvimento, a Internet, a política e mundo glocalizado*. Curitiba: Escola-de-Redes, 2008.
- _____. *A revolução do local: globalização, glocalização, localização*. São Paulo/Brasília: Cultura/AED, 2003.

GOMES, Diego. Colheita Feliz é maior que o Twitter no Brasil? Disponível em <<http://readwriteweb.com.br/2010/01/11/colheita-feliz-e-maior-que-o-twitter-no-brasil/>>. Acessado em 7 jan.2010.

HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: USP, 2005

LÈVY, Pierre. *As tecnologias da Inteligência – o futuro da inteligência coletiva a era da informática*. São Paulo: Ed. 34, 1993.

KIM, Amo Jo. *Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities*. Berkeley: Peachpit Press, 2000.

NETO, João Cabral de Melo. Tecendo a manhã. In: *A Educação pela pedra*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1966.

NUNES, Maira Rita B. *Social Impact Games: uma nova possibilidade de comunicação*. 2007. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 10 jan. 2010.

PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador. Comunicação, cibercultura e cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RANHEL, João. O conceito de jogo e os jogos computacionais. In: SANTAELLA, L. FEITOSA, M. *Mapa do jogo: a diversidade cultural dos games*. São Paulo: Cengage Learning, 2009

RECUERO, Raquel. *Comunidades em Redes Sociais na Internet: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com*. Tese de Doutorado. Porto Alegre. UFRGS. 2006. 334f.

TAPSCOTT, Don. *Geração Digital: a crescente e irreversível ascensão da Geração Net*. São Paulo: Makron Books, 1996