

Economia da mídia e metajogo: propagabilidade e consumos de mídia em comunidades de jogos ricos em metajogo

David Pereira Neto

Departamento de Ensino, Pesquisa e Extensão
IFSC Câmpus Palhoça Bilíngue
Palhoça, Brasil
davidpereiraneo@gmail.com

Maria José Baldessar

Departamento de Jornalismo
Universidade Federal de Santa Catarina
Florianópolis, Brasil
mbaldessar@gmail.com

Resumo— Enquanto interação lúdica de experiência social o metajogo proporciona um espaço de construção de identidade a partir das trocas simbólicas e do consumo da mídia. As plataformas digitais potencializam a propagabilidade e servem de espaço de construção simbólica em torno dos jogos. Nesse estudo pretende-se relacionar os espaços de metajogo que emergem a partir dos jogos digitais com o conceito de propagabilidade de mídia. Para tanto é apresentada uma revisão narrativa de ambos os temas, uma revisão em base de dados sobre metajogo e consumo de mídia e alguns casos que exemplifiquem tais trocas típicas de uma economia da mídia digital.

Palavras-chave: metajogo; propagabilidade; comunidades

I. INTRODUÇÃO

Entre os diversos enquadramentos para estudos dos jogos propostos por [1], está a análise do jogo a partir da experiência social que ele pode proporcionar. Os jogos podem ser desenvolvidos para servirem como sistemas sociais emergentes, no qual cada jogador encontra maneiras próprias de criar estilos de jogo e interagir com os demais participantes [2].

Nessa interação, cada participante traz consigo uma bagagem prévia que influencia sua maneira de jogar. Da mesma forma, ao final de cada jogo o participante leva algo de sua experiência [1][2]. Portanto, os jogos "afetam e são afetados por aquilo que os jogadores trazem para o jogo [...]" [2]. Esse processo de extrapolar o círculo mágico, trazendo elementos de fora dele e levando elementos dele é definido como metajogo [1][2]. O metajogo também serve para definir as atividades relacionadas ao jogo que ocorrem exclusivamente fora do círculo mágico – a preparação física de um jogador de futebol ou a aquisição de um controle para o console de videogame por exemplo. Da mesma forma, quando fala-se em comunidades que ocorrem a partir e além das interações nos jogos está se falando em metajogo.

Essas comunidades que emergem das interações podem ser espaços ricos para compartilhamento e conexão através das mídias. Tais trocas simbólicas são típicas do modelo participativo de cultura descrito por [3]. Nesse contexto, o público "não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes" [3]. Para [4] "[...] as práticas de jogadores têm se apresentado como um fenômeno relevante para discussão sobre o

alcançe simbólico dos games e sua apropriação, além das estratégias da indústria de exploração desse nicho" [4].

Nesse caso, nos jogos de cartas colecionáveis (CCG – *collectible card games*), o metajogo é uma instância quase obrigatória de criação da comunidade: a construção dos baralhos e o compartilhamento de suas experiências – como utilizá-lo, índice de vitórias – permite que cada usuário construa sua narrativa de consumo do jogo, mais aberta à criação do que aconteceria em outros gêneros – como um jogo de tiro ou um jogo de esporte.

Nesse estudo busca-se relacionar o metajogo, enquanto espaço de criação da comunidade a partir das referências e interações emergentes dos jogos, à propagabilidade das mídias nas redes sociais digitais. Entende-se que jogos ricos em metajogos – como o caso dos CCG – são ambientes propícios para o surgimento de mídias propagáveis, ou seja, "algo em torno do qual se pode criar uma conversa." [3]

Para tanto foram utilizados os procedimentos de revisão bibliográfica narrativa, para apresentar os pressupostos teóricos de jogos enquanto sistemas de interação social e da propagabilidade das mídias digitais; revisão em base de dados, para explorar o tema do metajogo enquanto ponto de construção das comunidades de jogo e; coleta de casos por amostra intencional, para exemplificar as manifestações de interação entre comunidade e desenvolvedores de jogos no contexto periférico dos jogos, o metajogo.

II. PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

A. Jogo como experiência social

Nessa seção, baseado em [2] será apresentado o pressuposto que orienta a discussão no que diz respeito aos jogos enquanto sistemas de interação social. Os autores definem o jogo como um "sistema no qual os jogadores se envolvem em um conflito artificial, definido por regras, que implica um resultado quantificável" [1]. Ao interagir com esse sistema, ou seja, jogar o jogo, os participantes experienciam uma interação lúdica [2]. Tal interação pode ser analisada a partir de distintos esquemas, entre eles o que compreende o jogo como sistema de interação lúdica social. Nesse caso, são consideradas as experiências sociais que ocorrem entre os jogadores, seja dentro do círculo mágico ou além de seus limites.

"(...) a interação lúdica social que ocorre entre os jogadores é uma função da forma como o jogo opera como um sistema de significados. Jogar jogos gera significados para os jogadores, que se reproduzem e desafiam os códigos da interação social. Os tipos de significado

gerados quando os jogadores se relacionam entre si dentro e através de um jogo estão no centro de nossa exploração dos jogos como interação lúdica social.” [2]

A partir do entendimento de jogos como interação lúdica social podemos considerar portanto os jogos como sistemas simbólicos construídos entre os jogadores para comunicarem-se. [2] Desse modo, é natural que surjam comunidades em torno de jogos ou grupos de jogos.

Uma comunidade de jogos surge sempre que grupos de jogadores reúnem-se para disputar qualquer jogo [2]. Tal comunidade pode durar apenas o tempo de uma partida, ou estender-se por décadas, ao longo de vários jogos. Nesse sentido, a noção de comunidade depende de qual recorte de design está sendo feito, de comunidades abertas ou fechadas, “limitada ou não limitada pelo círculo mágico de um único jogo.” [2] No primeiro caso, a comunidade surge da interação lúdica restrita ao espaço de uma sessão de jogo. Ela existe num espaço e tempo definidos pelo círculo mágico, é “mais artificial do que uma ilimitada porque tem menos tráfego com contextos fora do círculo mágico.” [2] [grifo na fonte]. Conforme veremos mais adiante no conceito de metajogo, esse tráfego é menor, mas não é nulo: consideremos por exemplo a influência do contexto social do qual esse jogo, artificialmente estabelecido, sofre. Por sua vez, os grupos de jogadores formados em torno de diversas sessões de um ou mais jogos, constituem comunidades ilimitadas, sistemas abertos.

Comunidades abertas que emergem dos jogos funcionam como sistemas de transformação das relações sociais. [2] Regras ideais são ligadas as regras reais do jogo influenciadas por fatores culturais e sociais. Terminologia própria é construída a partir de tais interações. Papéis sociais são estabelecidos dentro das comunidades. Tudo em torno do jogo. “Projetar a interação lúdica social significava geralmente significa projetar um metajogo significativo.” [2]

B. Metajogo

Metajogo significa “o jogo além do jogo e refere-se aos aspectos do jogo que não derivam das regras do jogo, mas da interação com os contextos em volta.” [2] Trata-se da relação entre elementos externos ao jogo mas que o influenciam, que podem ser desde as estratégias particulares que um jogador leva para o jogo, até as conversas a respeito de uma partida de um jogo, antes ou após dele. Ou seja, refere-se a “maneira como um jogo se envolve com fatores que permeiam o espaço além dos limites do círculo mágico.” [2]

Richard Garfield, designer do jogo de cartas colecionáveis *Magic: The Gathering* – rico em metajogo – apresentou um modelo para refletir sobre o metajogo, que ele define como a “maneira como um ‘jogo estabelece uma interface com o mundo exterior’” [2]. Ele apresenta quatro tipos de manifestações do metajogo: o que um jogador leva para um jogo; o que o jogador tira de um jogo; o que acontece entre os jogos e; o que acontece durante um jogo além do jogo em si. [2]

Nesse estudo interessa aprofundar-se no terceiro tipo de manifestação, o que acontece entre os jogos. Essa manifestação do metajogo diz respeito tanto ao planejamento estratégico que um jogador faz para seu próximo jogo baseado num anterior, quanto em ações mais simbólicas, como decorar um *joystick*. Ambas agregam valor à

experiência básica do jogo: a primeira um valor utilitarista, enquanto a segunda soma significado à experiência do jogo. [2] Nos dois casos de metajogo intermediário – seja mais utilitarista ou expressivo – há potencial para construção de comunidades de compartilhamento em torno do jogo. Por isso considera-se o metajogo importante para aumentar a expectativa de vida de um jogo: sem ele, “uma experiência de jogo fornecerá seu próprio prazer intrínseco de curta duração, mas não afetará o jogo significativo nos contextos fora do jogo.” [2]

Contudo, apesar de ser um aspecto importante para considerar no design de um jogo, o metajogo está apenas indiretamente ligado ao design formal do jogo. Os desenvolvedores podem estruturar os jogos de maneira a proporcionar maiores chances de emergência de comunidades em torno deles, mas, em última instância os usuários que constituirão tais espaços. Ocorre o mesmo na propagabilidade de qualquer outra mídia: não é possível criar mídias propagáveis por si, mas mídias com maiores ou menores chances de tornarem-se propagáveis. [3]

C. Propagabilidade da mídia

Em seu livro *Cultura da Conexão* os autores [3] se debruçam sobre o fenômeno da propagabilidade das mídias nos contextos digitais contemporâneos para apontar as características que tornam uma mídia mais ou menos compartilhada. Sua mensagem inicial a respeito do panorama atual da economia da mídia é direta: “se algo não propaga, está morto.” [3]

O câmbio do paradigma da distribuição para circulação da mídia contribuiu para o surgimento de um modelo mais participativo de cultura da mídia, em que os sujeitos não são mais compreendidos apenas como consumidores, mas como possíveis reconfiguradores de conteúdos e mídias. [3] Essa mudança foi possível graças a popularização das tecnologias digitais de informação e comunicação, que ampliaram as possibilidades expressivas dos indivíduos. Todavia, a infraestrutura tecnológica não é a única responsável pela configuração de uma cultura de compartilhamento: contar histórias e compartilhar informações sempre foi um anseio humano. [3] Dessa forma, os autores enfatizam que as relações sociais são fundamentais para compreendermos o fenômeno da propagabilidade, que se refere “ao potencial – técnico e cultural – de os públicos compartilharem conteúdos por motivos próprios (...).” [3]

“A ‘propagabilidade’ se refere aos recursos técnicos que tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação com outros, às estruturas econômicas que sustentam ou restringem a circulação, aos atributos de um texto de mídia que podem despertar a motivação de uma comunidade para compartilhar material e às redes sociais que ligam as pessoas por meio da troca de bytes significativos” [3]

Uma mídia ou texto propagável portanto, é “algo em torno do qual se pode criar uma conversa.” [3] Para estimular que essa conversa emergja em torno da mídia, além de disponibilizá-la em formatos facilmente compartilháveis e remixáveis – seus aspectos técnicos – é preciso atentar-se ao que motiva sujeitos e comunidades a engajarem-se no compartilhamento e promover a circulação de mídia. [3] De maneira geral, “os humanos quase nunca se engajam em atividades insignificantes” [3],

sendo assim, é necessário que o sujeito perceba valor social na atividade de compartilhar para dedicar-se a ela. Compartilhar para definir-se enquanto pertencente a um grupo de interesse; para fortalecer algum vínculo com terceiros; ou simplesmente como forma de crescer ou ativar uma comunidade são formas de valor social. [3] Em resumo, o conteúdo pode ser visto como meio para interação entre pessoas, ‘munição para conversas’ do público já em andamento, no qual novos significados, identidades e relações sociais serão construídos [3].

Para tanto é preciso que os textos compartilhados estejam abertos a tais resignificações. Os autores trazem o conceito de “texto produtor” introduzido por John Fiske:

“O texto produtor é aquele que ‘se oferece para a produção popular. [...] Tem pontas soltas que escapam de seu controle, seus significados excedem seu próprio poder de discipliná-los, suas lacunas são amplas o suficiente para novos textos inteiros a ser produzidos neles, ou seja, está, em um sentido muito real, além de seu próprio controle.” [3]

Quanto um texto é entregue com tal abertura permite que as pessoas interpretem a sua maneira e resignifiquem-o transmitindo algo de si ao compartilhá-lo. [3] Pode-se dizer que a mídia será mais propagável de acordo com o interesse do público por ela – valor social percebido – e de acordo com o grau de abertura com o qual ela foi entregue ao público.

Da mesma forma [4] considera que apesar do circuito proporcionar espaços de compartilhamento em torno do jogo, em última instância, “só consegue se promover se o jogo em questão apresenta qualidades suficientes para cativar o interesse do público.” Ou seja, de maneira similar ao circuito, a própria mídia depende de aspectos sociais (interesse do público) e questões tecnológicas (abertura da mídia).

III. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA EM BASES DE DADOS

Com objetivo de coletar documentos que discutam o metajogo enquanto espaço de construção social e consumo de mídia foi empreendida uma pesquisa nas bases de dados Scopus e Eric utilizando o termo “*metagame*”. Na base de dados Scopus foram encontrados 85 documentos; após a leitura de título, resumo e palavras-chave foram selecionados 13 publicações para leitura completa. Os resultados apresentados são baseados em 3 estudos [5][6][7] que mais se relacionaram ao tema do consumo de mídia no contexto do metajogo ou, como veremos mais adiante, parajogo. De 4 documentos encontrados na base de dados Eric nenhum foi selecionado para leitura completa.

IV. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA EM BASES DE DADOS

Em [5] são definidos novos termos além de metajogo: parajogo (*paragame*) e ortojojo (*orthogame*), dos prefixos gregos *para-* e *ortho-*. Ortojojo refere-se àquilo que faz parte do jogo, mas não está estritamente dentro de uma partida. Um campeonato de MTG por exemplo é um ortojojo, assim como a construção de baralhos para cada partida; ela é essencial para a partida, o jogo em si, mas ocorre em um momento distinto. O metajogo por sua vez, definiria os atos do jogo que envolvem ou consideram recursos que estão além do escopo ou controle do que os jogadores consideram ortojojo. Já o parajogo refere-se ao

que ocorre paralelamente ao jogo, mas ainda interagindo com o ortojojo. Exemplos de atividades parajogo são a aquisição de conquistas paralelas ao objetivo central do jogo e a atenção dada a um conteúdo adicional para o jogo.

Essa distinção entre diferentes manifestações do metajogo é pertinente à proposta de analisá-lo enquanto instância de consumo em comunidade. Nesse caso, um exemplo de parajogo. Na pesquisa empreendida pelos autores para coletar dados para concepção dos termos *para-* e *ortojojo*, um participante respondeu que o metajogo – em sua acepção mais ampla – era o motivo pelo qual ainda jogava EVE Online: “(...) *I barely actually play EVE anymore, but I love the people I communicate with and I thoroughly enjoy the politics involved.*” [5]

Isso está de acordo com o que propõe Rushkoff, de considerar conteúdo como meio para interação entre as pessoas:

“As muitas formas de conteúdo, que reunimos e encontramos on-line, eu diria que são realmente apenas formas de munição, algo para ter quando estiver sem assunto para conversas no trabalho, no dia seguinte, uma desculpa para dar início a um diálogo com aquela pessoa atraente na baía ao lado” [3]

O contexto do parajogo funciona portanto como um espaço de trocas, ‘simplesmente um meio para interação entre as pessoas’ [3].

Em [6] é analisada a expertise binária dos participantes de *League of Legends*. De acordo com o estudo, para que os jogadores sejam bem sucedidos em partidas multijogadores são necessárias expertise mecânica e expertise de metajogo. Nesta expertise estão por exemplo, as competências de compreender estratégias típicas de acordo com as escolhas de personagens do jogo para uma partida. Apesar de seu ponto central tratar mais dos aspectos estratégicos que envolvem o metajogo, o autor em alguns momentos de sua fundamentação aponta para a construção de comunidades de trocas em torno do jogo, na qual o metajogo pode ser visto como atividade colaborativa de um grupo de usuários [6].

Em [7] é analisada a importância da propaganda durante um evento de guerra entre duas alianças no jogo multijogador *EVE Online*. Para o autor a propaganda seria um emitexto, conceito derivado de paratexto, este por sua vez proposto por Genette para designer o material que circunda um texto literário [7]. No caso do fenômeno analisado por Carter, a propaganda, utilizada como estratégia de jogo para engajar os participantes das diferentes alianças em ações de guerra, “emerge do jogo como parte do jogar, e não das indústrias periféricas que o cercam.” [7] [tradução do autor]. Por isso o autor a considera um emitexto, uma forma de paratexto. Em sua fundamentação apresenta estudos anteriores que discutem o paratexto no contexto dos jogos digitais, principalmente a partir de Consalvo [7], que segundo o autor foi quem introduziu tal conceito na disciplina de estudos de jogos. Para Consalvo as mídias que circundam os jogos digitais – como revistas de jogos, guias de estratégias, revisões, críticas etc – “trabalham para moldar a experiência de jogo de maneiras específicas” [7] e ajudam a estruturar e dar significado aos jogos. Tal relação entre os jogos digitais e seus paratextos são um exemplo de como as audiências convergentes utilizam as mídias para colaborar. [7]

No corpus de [7] estão as propagandas produzidas pelos participantes baseadas em memes, simulando imagens históricas e fazendo referências e paródias a filmes e seriados. São exemplos de como os usuários trazem e constroem significados para o jogo. Em entrevista ao autor um dos líderes das alianças envolvidas na guerra virtual, o jogador BoodaBooda, afirma que tal material “ajuda a impulsionar as grandes experiências de criação de conteúdo pelas quais EVE é famosa” [7]; o jogador SkierX aponta para a importância da propaganda para o “senso de contexto, narrativa e pertencimento” para os membros da aliança [7].

[4] traz a noção de *productive play* proposta por [8], que descreve a sobreposição de referências de outros jogos como uma forma de produção no interior de comunidades de jogadores. Além disso, a autora acompanhou a perpetuação de signos e práticas de uma comunidade formada em torno de um jogo que foi brevemente suspenso, e descreveu a “capacidade de migração de uma comunidade de sentido para outros jogos (...)” [4].

V. CASOS

Sobre a sobreposição de referências entre jogos, ou a capacidade de migração de comunidades de sentidos para outros jogos, há um caso que pode ser apresentado como exemplo de um fenômeno comum: os usuários comparando o design de cartas entre dois CCG. Trata-se da publicação “*So hearthstone stole bad moon rising as their new card (Translation: transfer your minions into random legendary minions)*” no fórum r/PvZHeroes [9]. No caso específico os jogadores, ao discutirem a semelhança estrutural entre as cartas, avaliam qual delas é melhor para o *gameplay* e citam outras cartas semelhantes – visual ou estruturalmente - entre os dois jogos.

Outra publicação similar é “*Pvz Heroes reference in Hearthstone!*” feita por KingCrimson87 [9]. Nela o usuário cita uma carta recém lançada de Hearthstone que tem o mesmo texto ilustrativo que uma carta de PvZ Heroes. O usuário questiona se esta seria uma clara referência de um jogo para o outro. Contudo, os demais usuários da comunidade colocam que o texto em questão, “*everything but the kitchen sink*” é uma expressão comum para referir-se a uma grande quantidade de itens, e que ambas as cartas fazem uso dessa expressão pois acumulam uma grande quantidade de habilidades. Um dos usuários disponibiliza inclusive um endereço para a entrada da expressão em um dicionário colaborativo online. Em outro comentário há referência também para cartas de *Magic: The Gathering* com estrutura semelhante de grande quantidade de habilidades em uma só carta.

Essas trocas evidenciam como os sujeitos compartilham os significados construídos a partir dos jogos. Na discussão entre os aspectos em comum entre os diferentes jogos de cartas colecionáveis os sujeitos abrem espaço para resignificar sua relação com os elementos de um jogo em particular. Pode-se dizer que aqui, para além de circulações visando resultados práticos para ações dentro do jogo, os usuários estão compartilhando e interagindo com diferentes percepções a respeito dos jogos. Tais emitextos emergem da interação particular que cada jogador tem com as cartas, mas também a partir do espaço de parajogo constituído nesses fóruns. Ainda que pouco definidas, quase inexistentes se compararmos com as

alianças bem estruturada em EVE Online [7], pode-se vislumbrar nessas trocas uma comunidade que emerge a partir do compartilhamento das mesmas referências, da mesma ‘munição para conversa’.

VI. CONSIDERAÇÕES

Nesse estudo buscou-se apresentar o metajogo como espaço de propagabilidade e consumo de mídia, especialmente em jogos ricos em metajogo, como os jogos de cartas colecionáveis. Para tanto apresentamos o jogo experiência social [2] [1], o conceito de propagabilidade da mídia discutido [3] para empreender uma revisão em base de dados a respeito do tema metajogo. Foram apresentados casos recolhidos por conveniência do fórum reddit [9].

Como resultado da revisão foi apresentado o conceito de parajogo [5] que melhor definem as trocas midiáticas que partem do jogo e o circundam. Os conceitos paratexto e emitexto [7] também contribuíram para melhor distinguir e caracterizar tais fenômenos expressivos que ocorrem em torno dos jogos digitais. Ainda que os limites entre meta e parajogo, emi e paratexto sejam menos explícitos na prática, a distinção é importante para análises em estudos de jogos. Além disso a revisão levou a estudos que apresentam exemplos de interações a partir da convergência de mídias – como as propagandas no EVE Online [7] – e exemplos de criações de comunidades a partir e em torno da circulação de mídias [5].

Pode-se afirmar que o metajogo tem potencial para interação social lúdica emergente. Apoiado por tecnologias digitais, o metajogo pode estimular a propagabilidade pelo menos entre os membros da comunidade do jogo; pode ser aproveitado enquanto comunidade de prática; potencial comercial para usuários – identidade, profissionalizar-se – desenvolvedores – DLC, *modding* e outros recursos – e os editores do jogo.

REFERÊNCIAS

- [1] K. Salen e E. Zimmerman, Regras do Jogo - fundamentos do design de jogos - principais conceitos - volume 1. São Paulo: Blucher, 2012a, vol. 1.
- [2] K. Salen e E. Zimmerman, Regras do jogo - fundamentos do design de jogos - interação lúdica - volume 3. São Paulo: Blucher, 2012b, vol. 3.
- [3] H. Jenkins, S. Ford, e J. Green, Cultura da conexão [livro eletrônico] - criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2015, versão ePUB.
- [4] E. Jacques, "Dinâmicas de consumo midiático a partir de um jogo - a formação de circuitos sobre Arma 3," Revista Metamorfose, vol. 2, no. 1, pp. 28-45, 2017.
- [5] M. Carter, M. Gibbs, e M. Harrop, "Metagames, paragames and orthogames," in Proceedings of the International Conference on the Foundations of Digital Games - FDG '12, Raleigh, 2012, p. 11.
- [6] S. Donaldson, "Mechanics and Metagame - Exploring Binary Expertise in League of Legends," Games and Culture, vol. 12, no. 5, pp. 426-444, 2017.
- [7] M. Carter, "Emitexts and paratexts - propaganda in EVE Online," Games and Culture, vol. 10, no. 4, pp. 311-342, 2015.
- [8] C. Pearce, Artemesia, Communities of Play: Emergent Cultures in Multiplayer Games and Virtual Worlds.: MIT, 2009.
- [9] (2018) reddit. [Online]. <https://www.reddit.com/r/PvZHeroes/>