

ELEMENTOS PARA O ESTUDO DOS JOGOS EM SITES DE REDES SOCIAIS

Raquel Recuero¹

Resumo: O presente trabalho visa oferecer alguns elementos para o estudo dos jogos em sites de rede social na Internet. Focam-se dois eixos, o estrutural e o da apropriação simbólica, discutindo elementos que podem ser estudados a partir desta visão. Assim, dentro do eixo estrutural, foca-se o jogo enquanto social e casual. Dentro do eixo da apropriação simbólica focam-se elementos das redes sociais, como práticas sociais e capital social. Finalmente, discutem-se formas de impacto desses elementos nas redes sociais expressas nessas ferramentas.

Palavras-chaves: jogos online. Sites de rede social. apropriação simbólica. Dimensão estrutural.

1. Introdução

A partir de 2007, os chamados Sites de Rede Social² (SRS) passaram a incorporar cada vez mais aplicativos desenvolvidos por terceiros, incrementando a gama de ações proporcionadas aos seus usuários e ampliando suas apropriações. Inicialmente, o Facebook³ abriu o site para o desenvolvimento dessas ferramentas. Em seguida, o Opensocial⁴ proporcionou que esses aplicativos surgissem também no Orkut⁵, MySpace⁶, Friendster⁷ e em outros sites de rede social.

As apropriações desses aplicativos decorrem de práticas sociais emergentes, a partir das interações entre os atores e suas redes sociais, e acabam por impactar essas ferramentas como um todo, especialmente quando se tornam globais. Dados do Ibope/Nielsen, por exemplo, mostraram que no Facebook, o segundo site de rede social mais utilizado no Brasil, o uso de aplicativos cresceu 323% entre maio e novembro de 2009. Desde grupo, quase 50% das visitas foram direcionadas a apenas um aplicativo, um jogo, denominado FarmVille⁸,

¹ Professora e pesquisadora do PPGL/UCPel. Doutora em Comunicação e Informação (UFRGS). E-mail: raquel@pontomidia.com.br

² Conceito desenvolvido por Boyd & Ellison (2007), que propõem essa categoria de sites como constituída de um perfil público ou semi-público de um usuário e de sua rede social pública e navegável.

³ <http://www.facebook.com>

⁴ <http://code.google.com/apis/opensocial/>

⁵ <http://www.orkut.com>

⁶ <http://www.myspace.com>

⁷ <http://www.friendster.com>

⁸ O FarmVille é um jogo focado no desenvolvimento de uma fazenda, através do plantio e colheita de verduras, frutas, legumes e flores. Os jogadores plantam, esperam um tempo pré-determinado e colhem, vendendo o que produziram para comprar melhorias para suas fazendas. <http://www.facebook.com/FarmVille>

seguido por outros jogos, como o Mafia Wars⁹ e o Cafe World¹⁰. A tendência também é encontrada no Orkut. Recentemente, os jogos também passaram a tomar uma boa parte da audiência do site. De acordo com ReadWriteWeb¹¹, por exemplo, outro jogo, o Colheita Feliz¹², concentra, sozinho, cerca de 14 milhões de pessoas no Orkut. Apenas para que se tenha uma noção, é um número maior de usuários do que o Twitter¹³ inteiro, o terceiro site de rede social mais acessado do Brasil.

Observamos, assim, que os jogos passam a ser os aplicativos mais utilizados nesses sites e, como tais, um elemento relevante de estudo de seu impacto nas redes sociais expressas nessas ferramentas. Não são apenas passatempos mas berços de novas práticas sociais, novos tipos de interação social e novas formas de circulação de informações. Mais do que práticas individuais, tais jogos têm características próprias e complexas, que atuam diretamente nas redes sociais que emergem nesses sites. Este artigo, como uma primeira pincelada sobre o assunto, busca reunir elementos que julgamos relevantes, a partir de observações teóricas e empíricas realizadas nesses jogos, para seu estudo. Trata-se de uma sistematização de uma reflexão resultante de diversas pesquisas realizadas durante o ano de 2009, que traz elementos que foram discutidos e aplicados nesses trabalhos.

2. Características dos Jogos em Sites de Redes Sociais

Inicialmente, para discutirmos os jogos enquanto aplicativos de sites de redes sociais é preciso discutí-los enquanto jogos online (para alguns autores, *games*). Jogos eletrônicos são constituídos de ambientes lúdicos onde é possível a um ator interagir com um *software*. Quando transportados para o ambiente online, esses jogos passam a ter a característica de conectar, também, vários jogadores, tornando-se também sociais.

Fragoso (2008) caracteriza esses jogos como um ambiente online diferenciado. A autora propõe três tipos de ambientes sociais online, aqueles utilitários (como aquele constituído pelas redes p2p¹⁴), aqueles cuja função primordial é a sociabilidade (como os *chats*) e, finalmente, os jogos, que seriam um tipo híbrido, que foca o entretenimento, mas

⁹ O Mafia Wars é um jogo onde cada jogador constrói um avatar que deverá cumprir missões determinadas em troca de dinheiro e pontos de experiência. O objetivo é cumprir todas as missões. Os jogadores também pertencem a mafias juntamente com seus amigos. <http://www.facebook.com/MafiaWars>

¹⁰ O Café World é um jogo onde cada jogador monta um restaurante e cozinha determinados pratos. O objetivo é receber o maior número de clientes, uma vez que eles dão dinheiro que pode ser utilizado para comprar melhorias para o restaurante. <http://www.facebook.com/cafeworld>

¹¹ Dados do final de 2009: <http://readwriteweb.com.br/2010/01/11/colheita-feliz-e-maior-que-o-twitter-no-brasil/>

¹² Jogo com dinâmica semelhante a do FarmVille. Os jogadores devem criar e manter uma pequena fazenda. <http://www.orkut.com.br/Main#AppInfo.aspx?appId=999787414856>

¹³ <http://www.twitter.com>

¹⁴ *Peer to peer*. Redes que conectam nó a nó, sem um servidor central.

também a sociabilidade. Jogos online, para Fragoso, portanto, são ambientes sociais com a função de entretenimento.

Caracterizam-se aqui como *games* aqueles aplicativos digitais que dão suporte a interações humanomáquina cuja função primordial é o entretenimento e, mais especificamente, como *games online* aqueles nos quais o *feedback* depende da transmissão de dados através das redes telemáticas (FRAGOSO, 2008, p.37).

De acordo com a autora, o funcionamento desses dá-se, principalmente, através das comunicações entre o jogador e o jogo. No caso dos jogos online, entre as comunicações entre o jogador, o jogo e a rede telemática a qual se está conectado. Galloway (2006) denomina este processo de *gaming*, que consistiria no sistema que é construído através da ação de jogar.

Fragoso (2008) salienta ainda que as fronteiras entre os diversos ambientes online são fluidas e que dependem das ações dos atores dentro desses ambientes. Ela salienta, portanto, o elemento emergente das interações em redes sociais, que supera, muitas vezes, as determinações estruturais das ferramentas. Walsh e Apperley (2008, p.2) também salientam que o a ação de jogar vai além da estrutura do jogo. “*Para nós, [a ação de] jogar é sobre a possibilidade de abrir espaços para movimento ou ação dentro da ecologia da mídia para o gaming, apesar dos jogos serem rigidamente estruturados através de softwares codificados e algoritmos*”¹⁵. Podemos dizer, assim, que o *gaming* é constituído de dois elementos básicos: da **estrutura do jogo** (proposta de jogo) e da **apropriação simbólica** desses jogos (ou dos modos através dos quais as pessoas coletivamente constróem os sentidos do jogo).

Esses dois elementos constituem o conjunto de ações que vão construir a experiência de jogo, o universo simbólico que o constitui e que vão, através dele, construir também seus valores e impactos para a rede social. Embora a apropriação simbólica represente o principal interesse deste trabalho, pois é onde é construída a dimensão social do *gaming*, é preciso discutir também a estrutura de jogo para poder observar a dimensão técnica que possibilita a emergência dimensão social. Assim, enquanto a estrutura do jogo propõe formas determinadas de jogar, a apropriação simbólica pode modificar essas pré-determinações de forma criativa. Enquanto a estrutura compreende categorias estáticas e fixas, a apropriação compreende práticas que são construídas e negociadas coletivamente.

Para estudar os jogos em sites de rede social, deste modo, precisaríamos levar em conta esses elementos como “espinhas dorsais” do trabalho.

¹⁵ Tradução da autora para: “*For us, play is about the possibility of opening spaces for movement or action within the media ecology of gaming despite games being rigidly structured through coded software and algorithms.*”

2.1 Estrutura

A estrutura do jogo é determinada pelas possibilidades técnicas que regulam o jogo. Aqui, pretendemos discutir categorias genéricas que caracterizam os jogos em sites de rede social de forma ampla, de acordo com a literatura. Embora esses jogos sofram limitações técnicas decorrentes de sua atuação na plataforma oferecida pelos próprios sites de rede social, podemos citar duas características estruturais que nos parecem fundamentais para a discussão desses aplicativos: seu caráter enquanto jogo casual e seu caráter enquanto jogo social.

2.2.1 Jogos Sociais

Os jogos em sites de redes sociais são muitas vezes denominados jogos sociais (Rossi, 2009, Wei et al., 2010). Apesar da terminologia ser bastante abrangente, uma vez que, como já dissemos, jogos online possuem um caráter social intrínseco, os jogos em SRSs privilegiariam esses elementos em sua estrutura de jogo.

Williams (2006) argumenta que o caráter social dos jogos é relativamente recente e possivelmente uma consequência da apropriação desses jogos como “terceiros lugares”¹⁶. Esses lugares, constituídos daqueles lugares de lazer, são aqueles onde os laços sociais são estabelecidos, onde os indivíduos, longe das obrigações cotidianas, estão mais livres para interagir. No entanto, por consequência das práticas modernas, esses espaços passam a desaparecer do tecido social. Para Williams, esse é o contexto do surgimento do “jogo social” (*social gaming*): “um declínio nos espaços cívicos e coletivos, e um declínio dos lugares no mundo real para encontrar e conversar com pessoas reais”¹⁷ (p. 2), a partir de onde os terceiros lugares migrariam para o espaço virtual (mesma teoria defendida por Rheingold, 1995). Assim, o jogo com aspecto social é aquele cujo sentido não é mais apenas o entretenimento individual, mas o coletivo, de forma a constituir-se também em um espaço de interação e conversação, cujo potencial é exacerbado pelos jogos online. A mesma teoria é discutida por Fragoso (2008), que argumenta ainda que é justamente nessa função de “terceiro lugar”, ou ainda, nesta função “social” que reside o principal atrativo desses jogos.

Dentre os primeiros sistemas com essas características sociais exacerbadas estão os MUDs (*Multi-User Dungeons* ou *Multi-User Dimensions*). Trata-se de ferramentas multi-

¹⁶ O termo é uma referência ao trabalho de Ray Oldenburg, “The Great Good Place”.

¹⁷ Tradução da autora para: “*So this is the backdrop for the rise of social gaming: a decline in civic and shared spaces and a decline in real-world places to meet and converse with real people.*”

usuário focados na fantasia e com características de jogos RPGs (*Role Playing Game*) muito populares a partir da década de 70. Seu grande diferencial é sua forte característica conversacional e social (Steinkuehler e Williams, 2006; Turkle, 1995). Esses sistemas foram também antecessores dos chamados MMOs ou MMOGs (*massively multiplayer online games*)¹⁸. É essa categoria que demarca o surgimento de espaços coletivos e massivos para interação online no âmbito dos jogos. MMOs são jogos que permitem, nas palavras de Steinkuehler e Williams (2006, online), que “indivíduos, através de seus personagens digitais ou ‘avatars’, interajam não apenas com o software do jogo, mas com outros jogadores”¹⁹. A principal característica desse tipo de jogo, de acordo com os autores, é permitir a interação coletiva entre vários milhares de jogadores, juntamente com a presença de uma narrativa, geralmente relacionada à fantasia. Humphreys (2005, p. 62) explica que esses jogos são uma combinação “dos aspectos sociais de um chat” com o “intenso engajamento ergódico”²⁰ dos jogos individuais. MMOs são, portanto, constituídos de narrativas criativas, participativas e coletivas. Em sentido semelhante vai o argumento de Fragoso (2008), que defende que esta categoria de jogos é caracterizada pela “exploração das possibilidades de interação humano-humano mediadas pelo computador” (p.37). Humphreys (2005), argumenta ainda que por causa dessas características, a denominação dos MMOs compreende uma grande gama de jogos diferentes, incluindo aí os chamados MMORPGs (*massively multiplayer online role playing game*), os MMOFPS (*massively multiplayer online first person shooter*), MMORTS (*massively multiplayer online real time strategy*) e etc., alguns dos exemplos de MMOs propostos por Chan (2009).

Os jogos em sites de rede social seriam parte dos MMOs, pois seriam massivos (permitindo que uma grande quantidade de usuários jogue ao mesmo tempo), lúdicos e, ao mesmo tempo, sociais (permitindo a interação com a rede social). Esse argumento aparece tanto nos trabalhos de Järvinenn (2008) quanto de Rao (2008), que explicam que os jogos em sites de redes sociais tendem ser apreendidos como ferramentas de socialização e não apenas uma experiência individual. Por isso, para muitos autores o termo “jogo social” (ou *social game*) é utilizado, inclusive, para definir a categoria dos jogos em sites de rede social,

¹⁸ Embora os MMOs tenham seus antecedentes nos MUDs (*Multi-User Dungeons* ou *Multi-User Dimensions*), ambientes multi-usuário focados na fantasia, não consideraremos estes como

¹⁹ Tradução da autora para: “*individuals, through their self-created digital characters or "avatars," to interact not only with the gaming software but with other players*”.

²⁰ O termo ergódico aqui é utilizado de forma análoga à natureza ergódica dos cibertextos proposta por Espen Aarseth (1997), no sentido de que os jogadores são criadores dos caminhos narrativos gerados no âmbito do jogo.

justamente porque esses jogos envolvem diretamente as redes dos jogadores (Rossi, 2009, por exemplo, é um desses autores).

Assim, jogos em sites de rede social, como jogos sociais, possuem estruturas características multiplayer intrínsecas. Essas características podem aparecer de vários modos: o jogo em conjunto, o jogo em times, o jogo contra outros jogadores. Mesmo jogos que são jogados por um único ator possibilitam que este compare seus scores com os demais jogadores e, assim, compita com eles.

Se observarmos alguns dos jogos mais populares, como o FarmVille, o Mafia Wars e mesmo o Colheita Feliz, essa característica social não apenas é presente, como é exacerbada. No Mafia Wars, temos grupos de usuários organizados em comunidades, de forma muito semelhante àquela observada nos primeiros MUDs por Turkle (1995). São as famílias, onde há uma hierarquia própria, com funções específicas, uma economia de trocas e mesmo, um aspecto social fundamental (Recuero, 2010). No FarmVille e no Colheita Feliz, as redes sociais dos jogadores são diretamente envolvidas nas ações do jogo, inclusive, através do roubo de colheitas, ranking de amigos e ações coletivas no jogo e, sendo recompensados por isso (como explicam Falcão, Silva e Ayres, 2009, em quando discutem o FarmVille). Esse envolvimento da rede social no *gaming* é um composto de diversas estratégias estruturais utilizadas no roteiro do jogo, tais como: processo de convites que recompensa o ator se outros membros da sua rede social também passam a jogá-lo (por exemplo, o Yakuza Lords²¹, que torna o jogador mais forte nas lutas com outros jogadores de acordo com o tamanho de seu grupo); rankings entre os membros da rede social (por exemplo, no Cafe World, onde é possível observar qual o seu lugar no ranking em relação a seus amigos); competição com amigos (por exemplo, no Texas HoldEm Poker²² que permite que os atores joguem contra os amigos) e etc.

2.2.2 Jogos Casuais

Jogos em sites de rede social são frequentemente apontados como pertencentes à categoria de “jogos casuais” (*casual games*) (Tausend, 2006; Rao, 2008) devido à simplicidade de sua estrutura. São jogos que “geralmente envolvem controles menos complicados e menor complexidade”²³ em termos de investimento de tempo e aprendizado no jogo (Tausend, 2006, online). Para o autor, esses jogos são intrinsecamente diferentes dos

²¹ Jogo onde o jogador constrói um avatar e passa a realizar missões para a Yakuza, construindo reputação e ganhando experiência e dinheiro no mundo do crime. <http://www.facebook.com/YakuzaLords>

²² Jogo de poker online. <http://www.facebook.com/TexasHoldEmPoker>

²³ Tradução da autora para: “generally involve less complicated game controls and overall complexity”

jogos mais tradicionais (denominados *hardcore games*), que necessitam de um investimento muito maior no desenvolvimento de habilidades e no aprendizado do jogo, para que o jogador atinja um nível satisfatório de compreensão do jogo. O jogo casual, no sentido em que utilizamos neste trabalho, portanto, refere-se à simplicidade do jogo e não à atitude do jogador. Tausend (2006) explica que mesmo um jogo “casual” pode implicar em uma adoção complexa e não necessariamente pouco comprometida ou pouco engajada.

Jogos casuais fazem sucesso, assim, por não necessitar de um investimento tão grande por parte dos jogadores, por constituírem-se em jogos mais simplificados. Para Rao (2008), os jogos em sites de redes sociais são jogos casuais porque compreendem uma maior facilidade no aprendizado, simplicidade no mecanismo do jogo e mais rápidas recompensas para os usuários.

Jogos em sites de rede social, assim, podem ser casuais no sentido em que são criados para ser simples e fáceis de usar, com um roteiro pouco complexo e normalmente um conjunto bastante limitado de ações possíveis. São desenhados para exigir um baixo investimento e proporcionar retornos rápidos, seja através de pequenas missões no Mafia Wars, seja através de pequenas recompensas como fitas de prêmio no FarmVille.

Se olharmos para os jogos em sites de rede social, veremos que a maioria deles possui mecanismos extremamente simples, que funcionam através do apontar e clicar e, em alguns casos, também através do teclado (com em jogos de formar palavras, como o Word Challenge). Seus roteiros são bastante simples e exigem pouco tempo para a compreensão do funcionamento. Mesmo assim, muitos, como o Diva Life²⁴, possuem tutoriais que auxiliam o jogador a se ambientar no jogo. Mesmo os jogos com um roteiro um pouco mais complexo, possuem a maior parte das ações simplificadas, quase sempre focada em um pequeno conjunto de ações para que se atinja uma recompensa rápida.

Essa estratégia da simplicidade também pode ser creditada ao fato de que esses jogos precisam atuar dentro de limitações técnicas e de tráfego dos sites de rede social, sob pena de que os jogos não funcionem de forma adequada.

2.2 Apropriação Simbólica

²⁴ Jogo onde o jogador constrói um avatar cujo objetivo é vencer como diva (modelo, celebridade e cantora). O jogador, assim, realiza missões que lhe conferem pontos e dinheiro que podem ser convertidos em valores no jogo. <http://www.facebook.com/DivaLifeGame>

Como já dissemos, no entanto, apesar de casuais e sociais, os jogos, quando passam ao domínio cultural de seus jogadores, passam a ter outra dimensão de sentidos decorrentes das práticas sociais que são ali constituídas. Chamamos este elemento de apropriação simbólica.

A apropriação simbólica é uma das dimensões do processo de apropriação. Lemos (2001) define a apropriação como:

(...) ao mesmo tempo forma de utilização, aprendizado, domínio técnico, mas também uma forma de desvio²⁵ (deviance) em relação às instruções de uso, um espaço não completado pelo usuário na lacuna não programada pelo produtor/inventor (...) (p.49).

O autor defende a apropriação como um processo com duas dimensões, uma técnica, referente ao aprendizado da estrutura da ferramenta e uma simbólica, referente ao processo de significação cultural da mesma.

Quando falamos em jogos em sites de rede social, portanto, há uma dimensão de aprendizado, técnica, como explica Lemos e simbólica. A apropriação simbólica é criativa, vai além das regras previstas, prove novos usos e novas significações. Trata-se de um elemento emergente. A emergência é aqui compreendida como uma característica da apropriação do *gaming* (semelhante à idéia de apropriação de Johnson, 2003), que é emprestada pelas redes sociais que contróem essa apropriação. Assim, trata-se de padrões de *gaming* que vão surgindo de forma *bottom-up*, muitas vezes, inclusive, desviante, ou seja, não apenas derivada da própria estrutura do jogo, mas também explorando as falhas desta.

A apropriação simbólica gera valores que vão circular nas redes sociais dos jogadores. Esses valores são, justamente, construídos pela emergência da apropriação. A apropriação acontece através da interação coletiva entre os jogadores e vai gerar práticas sociais características desses jogos, bem como efeitos nas redes sociais dos jogadores. Essas práticas são causa e efeito dos valores construídos na rede para cada um dos jogos. Esses valores, que discutiremos aqui como capital social, também vão, assim, atuar na apropriação simbólica desses jogos.

2.2.1 Práticas Sociais

²⁵ Desvio, na concepção de Lemos (2001), é derivado da proposta de Becker, e refere-se ao desvio na ótica de produção, ou seja, do uso que é for a da média, marginal, patológico diante do funcionamento do fenômeno.

A apropriação simbólica é também fruto das práticas sociais presentes nos jogos. Esses processos são característicos dos sistemas complexos como aqueles decorrentes das redes sociais (Recuero, 2009), pela ação coletiva dos jogadores. Essas práticas podem ser parcialmente determinadas pela estrutura do jogo embora, quase sempre, superem essa estrutura e construam uma cultura que vai além do próprio jogo. Embora exista um universo de práticas sociais emergentes possíveis, as discutiremos a partir de dois elementos básicos: práticas colaborativas e práticas competitivas. Escolhemos essas categorias amplas justamente porque não limitam as práticas que podem ser observadas nesses jogos, como passaremos a discutir.

a) Práticas Sociais de Cooperação

A cooperação é inerente aos jogos em sites de redes sociais, de forma específica, pois é também característica das próprias redes sociais (Recuero, 2009). É através da cooperação que essas redes conseguem estabelecer-se enquanto grupos, coesos e unidos. *“Apenas em cooperação com forças de unificação é que o grupo se apresenta como algo concreto, como uma unidade viva”* afirma Primo (2005, p.3). Assim, a própria definição do jogo, enquanto social, exige algum nível de cooperação entre os jogadores.

Como jogos sociais, portanto, os jogos em sites de rede social privilegiam ações cooperativas entre jogadores na mesma rede. Essa cooperação pode ser imposta pela estrutura do jogo, mas como prática social, compreende um conjunto de ações que vão ser construídas pela apropriação dele. Por exemplo, em muitos jogos, a cooperação acontece como forma de troca. Em jogos como o Mafia Wars, é possível conseguir benefícios se houver a cooperação de outros jogadores da rede. Assim, o jogador pode solicitar a rede elementos dos quais necessita para cumprir as missões e recebê-los. A cooperação dá-se na expectativa dos demais de que, quando também necessitarem de elementos, os receberão. Em outros jogos, como o FarmVille, pode-se “fertilizar” a fazenda dos amigos, mas não a própria. A fazenda fertilizada proporciona que a colheita seja mais rápida, pois o que foi plantado nasce em menos tempo. Assim, esse tipo de mecanismo estrutural também gera práticas cooperativas, pois os jogadores passam a adicionar ao seu cotidiano de jogo a prática de visitar as fazendas dos demais membros de sua rede social e fertilizar os campos, para que também tenha os seus fertilizados.

Entretanto, há também práticas cooperativas que vão além da estrutura do jogo. Em jogos que focam em famílias (como o Yakuza Lords e o Mafia Wars) observamos com frequência a criação de grupos de jogadores (as chamadas famílias), que passam a atuar como

um time no jogo. Essas famílias criam diversos mecanismos que não existem no jogo, como hierarquias e trabalhos específicos (como a presença de espiões – jogadores encarregados de espionar famílias “inimigas”) e geram, inclusive, ações coletivas como guerras entre as famílias. Outro exemplo bastante comum foi observado no Pet Society, quando alguns jogadores deixavam a senha de seus perfis para que amigos mantivessem seus bichinhos enquanto estes estavam ausentes. Em troca, também têm seu jogo mantido em sua ausência. Essas são formas de cooperação emergentes, decorrentes da ação dos jogadores em construir valores e símbolos que vão além do jogo.

b) Práticas sociais de Competição

A competição é também inerente aos jogos em sites de rede social. Yee (2006) relaciona a competição como uma das grandes motivações para jogar, associada ao desejo de desafio para com outros jogadores. A competição é relacionada ao conflito por Primo (2005), que a explica a partir de Simmel como um tipo indireto de conflito, que não visa a destruição do oponente, mas a obtenção de valores antes dele, a superação do oponente.

A competição atua através dos mecanismos estruturais presentes nos jogos, mas é ampliada e constituída também pelas práticas sociais. Nos mecanismos estruturais ela é estimulada por elementos como a criação de rankings de pontuação, a criação de níveis, a escassez de recursos, a criação de objetivos comuns e etc. Em jogos como o Cafe World, por exemplo, o jogador possui em sua tela de jogo um ranking perene dos demais jogadores de sua rede social, atualizado enquanto se joga. Esse ranking presente estimula a competição pois seus jogadores estão sempre vendo sua posição em relação aos demais. Em outros jogos, como o Word Challenge²⁶, é possível, inclusive, desafiar outro jogador dentro da rede social.

Embora a competição também seja estabelecida através de mecanismos estruturais, ela, muitas vezes, supera esses elementos através da apropriação. É comum observarmos, por exemplo, a competição atingindo outras ferramentas, como jogadores comentando suas vitórias no Twitter. O FarmVille, por exemplo, mostrou várias apropriações competitivas interessantes, como aquela onde os usuários passavam a “desenhar” a fazenda de modo a fazer com que ela expressasse alguma imagem cuidadosamente construída (por exemplo, um logotipo, uma flor, até mesmo a Mona Lisa). Tais imagens eram depois difundidas em outras ferramentas através de outras competições, como a da imagem de melhor imagem de

²⁶ Jogo onde o usuário precisa construir o maior número de palavras possíveis com o conjunto de letras dado pelo sistema do jogo. <http://www.facebook.com/wordchallenge>

fazenda²⁷. Mesmo nos casos de construção de famílias e grupos de jogadores, como no Mafia Wars, Yakuza Lords e etc. também se observa uma competição emergente que é construída pelas guerras. Esses usuários, em conjunto, criam grupos que entram em guerra com outros grupos. Essas guerras acontecem nos jogos, através da identificação dos jogadores de cada família (por exemplo, através de uma sigla que represente o nome da família). Essas famílias acabam por ser bastante competitivas umas com as outras. Essa apropriação, novamente, gera um novo nível de competição, que vai além da estrutura do jogo. As práticas sociais competitivas, assim, são estabelecidas em torno de novos valores que vão estimular outras formas de competição.

2.2.2 Capital Social

A apropriação simbólica é também construída em torno de valores que vão emergir através das práticas sociais e que também serão formados por elas. Os jogos, como todos os aplicativos em sites de rede social, são apropriados pelos atores com base em inúmeras motivações, que também giram em torno dos valores percebidos nessas redes. Esses valores são compreendidos como capital social.

O conceito de capital social está relacionado com os recursos que são construídos através das relações (ou dos laços sociais) nas redes sociais (Coleman, 1990). Estes recursos são valores construídos pelos grupos sociais (e portanto, coletivos), que podem ser apropriados pelos indivíduos (e portanto, capazes de ser utilizados de forma individual).

Os valores construídos nos sites de rede social, portanto, podem ser compreendidos como capital social. Neste artigo, discutiremos o capital social a partir da concepção de Coleman que observa o capital social a partir de sua função. “A função identificada pelo conceito de ‘capital social’ é o valor desses aspectos da estrutura social para os atores como recursos que eles podem usar para atingir seus interesses” (Coleman, 1988, p.S101). O autor discute a natureza do capital social através de sua expressão em valores como confiança, normas, informação, autoridade, sanções e etc. Para cada situação, formas diferentes de capital social são mobilizadas.

Ellison, Steinfeld e Lampe (2007) argumentam que sites de rede social atuam principalmente num tipo diferenciado de capital social, o capital social de manutenção. De acordo com os autores, que trabalham com as concepções de capital social de Putnam (2000), a principal apropriação de valor nesses sites está no fato de que eles permitem a manutenção

²⁷ <http://thefacebookinsider.com/best-farmville-farms/>

dos laços sociais independentemente da co-presença física, auxiliando os atores a manter redes sociais pré-existentes. O capital social, a partir desta perspectiva, pode ser relacionado com a presença dos terceiros lugares, uma vez que está conectado com a presença de conexões sociais que Oldenburg (1989) argumenta que são forjadas nesses espaços..

Mas o que acontece quando focamos esses valores nos jogos em sites de rede social?

Consalvo (2007) apresenta a noção de *gaming capital*, como aqueles valores que aparecem nos jogos. Para a autora, esse tipo de capital é adaptável a diferentes tipos de gameplay, a vários tipos de jogos e a apropriação desses jogos e tem um papel fundamental no *gameplay*. O *gaming capital* é passível de acumulação na visão de Consalvo. Walsh & Apperley (2008) também trabalham com essa noção e, em uma tentativa de operacionalizar esse conceito, eles classificam os tipos de *gaming capital* a partir das dimensões do capital propostas por Bourdieu. Assim, o *gaming capital*, para Walsh & Apperley (2008) possui as quatro dimensões do capital propostas por Bourdieu (econômico, social, simbólico e cultural) e pode ser explorado a partir de cada uma delas. Essas quatro dimensões atuam de forma a gerar diferentes valores tanto dentro dos jogos quanto pelas interações entre os jogadores. Falcão, Silva e Ayres (2009) utilizam essa noção para analisar o capital simbólico encontrados nos jogos FarmVille e Bejeweled Blitz, observando como são constituídos esses elementos. [completar]

O capital social, no entanto, é um conceito mais abstrato. Para Coleman (1990) esse tipo de recurso está diretamente relacionado com a estrutura social. A partir desta visão, podemos considerar como capital social todo o tipo de valor que é inerente a fazer parte desta estrutura. Portanto, o capital social está diretamente relacionado à característica “social” dos jogos em SRSs. A visão de Bourdieu (1983) também é esclarecedora nesse sentido. Para o autor, o capital social também pode ser adquirido através da intencionalidade da construção da sociabilidade, onde os atores agem de forma específica no sentido de agregar-se em redes sociais com o propósito de criar esses recursos.

Ora, as práticas sociais nos jogos atuam de forma a criar capital para os jogadores. Essa percepção é natural nos jogos sociais e especificamente, clara para os jogadores. Assim, muitos agem ativamente no sentido de ampliar sua rede social conectada ao jogo para ampliar também seus recursos com relação ao capital social disponível. Há jogadores que criam perfis específicos para o jogo, ampliando suas conexões com outros jogadores, nem sempre através da interação, simplesmente para ter acesso ao conjunto de valores associado à estrutura da rede. Para alguns jogos, como o Mafia Wars, por exemplo, o tamanho da rede social que

também joga é diretamente relacionado com o sucesso dos ataques do jogador a outros jogadores.

Outras práticas sociais também são emergentes nesses contextos de busca e construção de valores decorrentes da estrutura social. Por exemplo, as dinâmicas sociais de cooperação mostram que a união é capaz de gerar várias vantagens para os jogadores, que estão diretamente relacionadas com o **tamanho da rede social** a qual ele faz parte. Assim, podemos dizer que as conexões sociais entre os jogadores são uma forma de capital social. Esse valor também gera práticas de difusão de informações, no sentido de ampliar a rede social através de convites. O envio de centenas de convites é uma prática ao mesmo tempo cooperativa e competitiva. Competitiva porque cada jogador compete com pessoas de outras redes sociais a qual o convidado pertence e com outros jogos pela resposta. Cooperativa porque é necessário que os demais atores aceitem os convites para que aquele que os envia tenha acesso aos recursos do capital social.

Ainda outra forma de capital social neste contexto é a **visibilidade**. Quanto mais visível o jogador, maiores as chances de receber auxílio em seus pedidos de ganho nos jogos, por exemplo. A visibilidade também gera reputação, ou seja, a visibilidade nos rankings e lista de melhores jogadores também gera **reputação** para os jogadores. É o que se observa nos rankings de jogos como o FarmVille. Outra forma de capital social é o **acesso às informações**. A qualidade das conexões nas redes sociais pode atuar de forma definitiva no sentido de proporcionar acesso à informações cruciais, seja dicas a respeito do jogo, seja mesmo o acesso à bugs e falhas que permitem que os jogadores adquiram vantagens extras.

Outra forma de capital social também relacionada à cooperação é o **apoio social**, que é decorrente do fazer parte de um grupo. Esse valor é presente nas famílias e grupos de jogadores que cooperam, pois o grupo oferece proteção ao jogador, além de uma forma de impedir que ele seja atacado, bem como é também um modo de fortalecer o jogador, como já mostramos nos exemplos do Mafia Wars e do Yakuza Lords.

O capital social, assim, é causa e consequência das práticas sociais que emergem nos jogos em sites de rede social. Enquanto a percepção desses valores gera táticas nos jogadores como forma de envolver a rede social e ter acesso a mais formas de capital social. Quanto mais jogadores envolvidos no jogo, maior a mutabilidade das formas de capital social observadas.

5. Impactos nas Redes Sociais

Finalmente, para discutir os jogos em sites de rede social, é preciso também discutir os impactos que esses jogos possuem nessas redes. Como explicamos, a apropriação simbólica dos jogos é grande responsável pela criação de novas práticas sociais, que vão também gerar e ser geradas a partir dos valores criados pela interação entre os jogadores, que percebemos, assim, como capital social. Mas que impactos esses jogos podem ter nas redes sociais?

5.1 Clusterização

Um dos primeiros e mais evidentes impactos é o surgimento de clusters²⁸ de jogadores conectados entre si em jogos onde o tamanho do grupo tem grande valor. Assim, esses clusters vão representar uma grande quantidade de jogadores conectada via site de rede social dentro de um jogo específico. Famílias de jogadores em jogos como Mafia Wars, Mob Wars e Yakuza Lords, por exemplo, são altamente clusterizadas, uma vez que os jogadores se envolvem em práticas de adição de todos os jogadores como forma de “entrar” na família. Trata-se, assim, de um valor de capital social (tamanho da rede de jogadores) que inspira práticas sociais cooperativas (trocas de adição na rede social) e que possui um impacto na rede social.

5.2 Desagregação

Ao mesmo tempo que os jogos podem gerar agregação nas redes sociais expressas nos sites, eles também podem gerar desagregação, ou seja, a ruptura de canais dentro dessas. As práticas de convites desmedidos para jogos dentro desses sites fez com que o Facebook, por exemplo, criasse um modo onde um ator pode ignorar todos os convites de um determinado usuário. Assim, o usuário “ignorado” perde seu poder de agregação, pois acontece um bloqueio no canal de informação. Essas práticas desvalorizam os convites e os jogos, fazendo com que a rede social passe por um processo de desagregação, pois os atores começam a ignorar-se uns aos outros. Muitos, inclusive, podem chegar a excluir jogadores de sua lista de amigos, para evitar o recebimento de centenas de convites e presentes diários.

5.3 Cascatas

As cascatas são comportamentos coletivos que ocorrem quando os atores observam os comportamentos daqueles que estão antes deles e fazem a mesma escolha, independentemente

²⁸ Clusters são grupos de nós mais interconectados que outros. Há, no cluster, uma maior densidade do que no resto da rede social.

de suas informações particulares (Bikhchandani, Hirshleifer e Welch, 1992). Essas cascatas são comportamentos “virais”, que emergem como comportamentos coletivos dentro das redes sociais. A adoção de um determinado jogo, por exemplo, pode ser uma cascata. Um determinado ator vê que seus amigos estão jogando um jogo X e a partir dessa constatação, é influenciado a também adotar o jogo, e a recriar o mecanismo para sua rede social.

Os jogos criam novos canais para a difusão de informações. Esses canais podem gerar cascatas de informação, fazendo com que vários usuários adotem os mesmos aplicativos, podem gerar comportamentos de protesto, podem fazer com que comportamentos emergentes minoritários tornem-se majoritários em determinados aplicativos. Graças a esses canais por onde a informação circula, as práticas cooperativas e competitivas desses jogos podem criar padrões de uso e cascatas de comportamentos. Essas cascatas também são comportamentos emergentes que impactam as redes sociais.

6. Apontamentos Finais

Este artigo teve por objetivo discutir elementos para o estudo dos jogos em sites de redes sociais na Internet, a partir de duas frentes: uma dimensão estrutural e uma dimensão simbólica. A partir dessas duas frentes, buscou-se caracterizar e discutir esses jogos, oferecendo exemplos e debatendo como perceber essas ferramentas. Embora a estrutura do jogo ajude a determinar algumas formas de *gameplay*, esse supera as limitações estruturais, através das interações coletivas entre os jogadores. Exploramos categorias que podem auxiliar a compreender essas apropriações, apontando também conceitos que podem permitir uma maior discussão dos efeitos desses jogos nas redes sociais.

A partir da dimensão estrutural, esses jogos foram caracterizados como jogos sociais e como jogos casuais. Discutimos como a simplicidade deles os caracteriza de forma casual e como sua estrutura construída para a rede os caracteriza como sociais. Depois disso, debatemos a necessidade de compreender esses jogos a partir de sua apropriação simbólica, salientando a necessidade de observar elementos a partir das práticas sociais encontradas e a partir do capital social. Finalmente, discutimos alguns dos impactos desses jogos nas redes.

Essas categorias apontadas aqui são parte de uma perspectiva que construímos a partir de nossa experiência em campo estudando jogos sociais. São categorias iniciais, que não excluem outras categorias que possam vir a surgir em outros estudos. Nossa perspectiva é proveniente da visão desses jogos como práticas de redes sociais, e leva em conta elementos que são relevantes para essa perspectiva. Outros estudos podem ainda oferecer categorias semelhantes e não excludentes das aqui apresentadas. Buscou-se, aqui, assim, oferecer alguns

elementos para que os estudos das ciências sociais e humanas na área possam discutir e evoluir a partir de estudos futuros.

Referências:

- AARSETH, E., S. M. Smedstad, et al. (2003). A multi-dimensional typology of games. Level Up: Digital Games Research Conference, Utrecht University, Universiteit Utrecht.
- BOYD, d. & ELLISON, N. (2007) Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em 02/05/2009.
- BIKHCHANDANI, S, HIRSHLEIFER, d E WELCH, I. (1992), "A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Informational Cascades," *Journal of Political Economy*, Volume 100, Issue 5, pp. pp. 992-1026. Disponível em <<http://leonidzhukov.ru/hse/complexnet/atheoryoffads.pdf>> Acesso em 27/06/2010.
- BOURDIEU, P. The forms of Capital.(1983) Originalmente publicado em “Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital” In: *Soziale Ungleichheiten (Soziale Welt, Sonderheft 2)*. Goettingen: Otto Schartz &Co. 1983. (pp 98 -183). Traduzido para o inglês por Richard Nice. Disponível em <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/resources/03.html>>. Acesso em 23 fev 2005.
- CHAN, D. (2009) Types of Massively Multiplayer Online Games. Discover 4. 29 October 2009. Disponível em: <<http://www.newtopgames.com/component/content/article/43-massively-multiplayer-online-mmo/87-discover-4-types-of-massively-multiplayer-online-games.pdf>> Acesso em 03/06/2010.
- COLEMAN, J. (1990) *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.
- _____. (1988) Social Capital and the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, n. 94, p. S95-S120, 1988.
- CONSALVO, M. (2007). *Cheating: Gaining advantage in videogames*. MIT Press, Cambridge, USA.
- ELLISON, N. B., STEINFELD, C., & LAMPE, C. (2007) The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>>. Acesso em 10/05/2009.
- FALCÃO, T. SILVA, T. e AYRES, M. (2009) Jogos e o Fluxo de Capital Simbólico no Facebook: Um Estudo dos Casos Farmville e Bejeweled Blitz. Trabalho apresentado no eixo temático “Redes sociais, identidade e sociabilidade”, do III Simpósio Nacional da ABCiber, 2009. Disponível em <http://www.abciber.com.br/simpósio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/1_redes/eixo1_art53.pdf>. Acesso em 14/04/2010.

FRAGOSO, Suely. (2008) Games Online como Terceiros Lugares. Revista Fronteira (UNISINOS), v. 10, 2008, p. 36-45.

GALLOWAY, A. (2006) *Gaming: Essays on Algorithmic Culture*, University of Minnesota Press, 2006.

HUMPHREYS, S. (2005). Massively Multiplayer Online Games Productive Players and their Disruptions to Conventional Media Practices. Unpublished Ph.D., Queensland University of Technology, Brisbane. Disponível em < <http://eprints.qut.edu.au/16119/>> Acesso em 26/06/2010.

JÄRVINEN, A. (2008) Games without Frontiers: Theories and Methods for Game Studies and Design. Doctoral Dissertaion. Tampere University Press, 2008.

JOHNSON, S. (2003) Emergência: A dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editores, 2003.

LE MOS, A. (2001) Apropriação, desvio e despesa na cibercultura. In: Revista da Famecos. Vol 1, no.15, 2001. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/15/a04v1n15.pdf>>. Acesso em 10/05/2009.

MYERS, D.(2007) Self and selfishness in online social play. Situated Play, Proceedings of DiGRA 2007 Conference.

OLDENBURG, R. (1989) The Great Good Place. New York: Molwe & Company, 1989.

PRIMO, A. (2005) Conflito e cooperação em interações mediadas por Computador. Trabalho apresentado no GT de Tecnologias Informacionais da Comunicação e Sociedade da XIII Compós. Niterói, RJ, 2005.

PUTNAM, R. D. (2000) Bowling Alone: The collapse and Revival of American Community. New York: Simon e Schuster, 2000.

RAO, V. (2008) Facebook Applications and Playful Mood: the Construction of Facebook as a “Third Place”. Artigo apresentado na *MindTrek’08*, October 6-9, 2008, Tampere, Finland.

RECUERO, R. (2009) Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RHEINGOLD, H. (1995) La Comunidad Virtual: Una Sociedad sin Fronteras. Barcelona: Gedisa Editorial, 1995.

ROSSI, L. (2009) Playing your network: gaming in social network sites. Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory. Proceedings of DiGRA 2009.

STEINKUEHLER, C. e WILLIAMS, D. (2006). Where everybody knows your (screen) name: Online games as "third places." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4), article 1. <<http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue4/steinkuehler.html>> Acesso em 20/06/2010.

TAUSEND, U. (2006) Casual games and gender. 2006. Disponível em <<http://www.ulrichtausend.com/research/Casual%20Games%20and%20Gender%20-%20Ulrich%20Tausend.pdf>> Acesso em 01/05/2010.

TURKLE, Sherry. (1995) Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet (New York: Simon & Schuster, 1995).

WALSH, Christopher, APPERLEY, Thomas. (2008) Gaming Capital: Rethinking Literacy. In: Proceedings of AARE 2008 International Education Research Conference. Brisbane, Australia. Disponível em <<http://www.aare.edu.au/08pap/abs08.htm>> Acesso em 26/06/2010.

_____. (2008) Researching digital game players: Gameplay and gaming capital. IADIS International Conference Gaming 2008: Design for engaging experience and social interaction Amsterdam, The Netherlands 25 - 27 July 2008, pp. 257-260.

WEI, Xiao; YANG, Jiang; ADAMIC, Lada; ARAÚJO, Ricardo M. e REKHI, Manu. (2010) Diffusion dynamics of games on online social networks. Proceedings of ACM Workshop of Online Social Networks, 2010, Boston. WOSN, (2010). Disponível em <<http://www-personal.umich.edu/~ladamic/papers/FBgames/FBgameDiffusion.pdf>> Acesso em 27/06/2010.

WILLIAMS, D. (2006) Why Game Studies Now? Gamers Don't Bowl Alone. *Games and Culture January 2006 vol. 1 no. 1 13-16*

YEE, N. (2006) Motivations for Play in Online Games. *Cyberpsychology & Behavior*. Volume 9, Number 6, 2006. 772-775.

ZAHARIAS, P. e PAPARGYRIS, A. (2009) The Gamer Experience: Investigating Relationships Between Culture and Usability in Massively Multiplayer Online Games. *ACM Computers in Entertainment*, Vol. 7, No. 2, Article 26, June 2009.