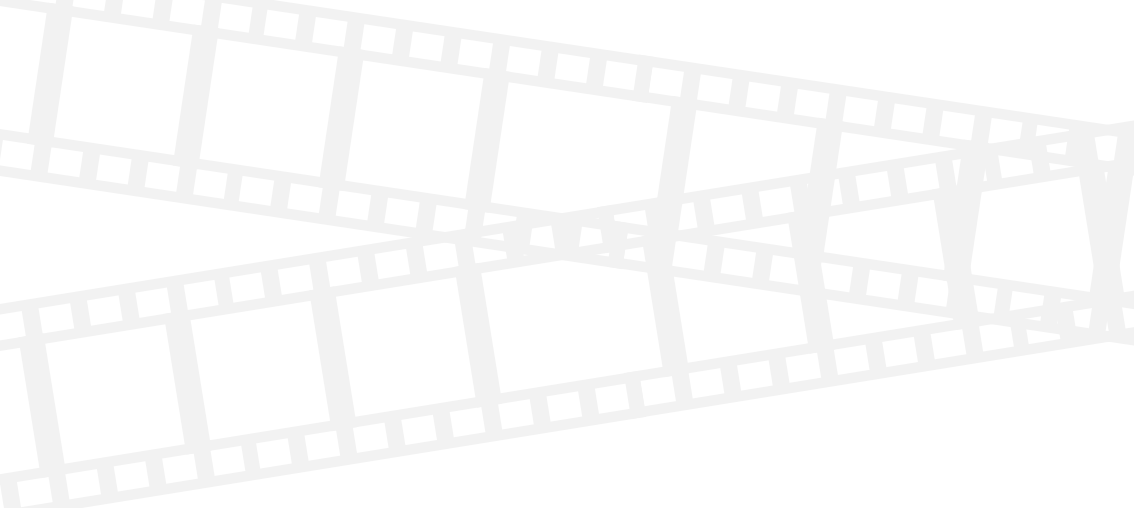


# Performances, Mídia e Cinema.

**Org.** Lara Lima Satler  
Daniel Christino  
Lisandro Nogueira  
Rodrigo Cássio Oliveira

Apoio:





# Monetizando a performance: jogo online como plataforma para produção de performance e desenvolvimento de estratégias mercadológicas

**André Fagundes Pase<sup>1</sup>**

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)

**Letícia Dallegrave<sup>2</sup>**

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)

A expansão dos jogos digitais não apenas ampliou formas de divertir jogadores com novos aparelhos, tramas e formas de controle diferentes, mas

- 
- 1 Professor e Pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social e do Laboratório de Pesquisa em Mobilidade e Convergência Midiática (Ubilab) da PUCRS. E-mail: [afpase@pucrs.br](mailto:afpase@pucrs.br)
  - 2 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS. Integrante do Grupo de Estudos em Ubiquidade Tecnológica (UBITEC). E-mail: [leticia.dallegrave@gmail.com](mailto:leticia.dallegrave@gmail.com)

também transformou o ato de assistir uma partida. Em virtude de ser um meio baseado na interação em um cenário, o interagente recebe a possibilidade de agenciamento em um ambiente virtual proposto, mas também é observado por outros. O ato que era local, seja nos ambientes domésticos ou mesmo nos fliperamas, ganhou novos tons ao ser realizado online e, recentemente, ser transmitido dentro de plataformas específicas. Assim, a produção de performance tornou-se mais complexa.

Serviços como Twitch.TV<sup>3</sup>, YouTube<sup>4</sup> e Facebook Gaming<sup>5</sup> transformaram o jogo em rede ao inserir caixas de chat e diferentes dinâmicas de interação entre o público e o jogador. Este último teve seu papel renomeado, passando a ser também um *streamer* por jogar, transmitir seu jogo (através de um *streaming*) e também gerenciar a comunicação dentro e fora do ambiente da partida. Para esta pessoa, não basta apenas agir bem em um cenário virtual, mas também realizar outras ações que são vistas e comentadas pela sua plateia, que também está em ação. Conforme o ambiente digital utilizado, este novo profissional digital deve atrair e reter mais usuários para a sua transmissão, para que seja valorizado e exibido em destaque entre a miríade de opções disponíveis para assistir e comentar.

Recentemente, o desenvolvimento de jogos no estilo *Battle Royale* transformou o cenário competitivo. Em uma disputa por usuários, produções surgem imitando sucessos consolidados e também apresentando outras formas de jogar. Diferente de títulos como Counter-Strike<sup>6</sup> e Lea-

---

3 Disponível online em <https://www.twitch.tv>.

4 Disponível online em <https://www.youtube.com/gaming/>.

5 Disponível online em <https://www.facebook.com/gaming/>.

6 Jogo baseado na competição em *rounds* entre dois times que utilizam armas no combate entre forças de segurança contra terroristas através da perspectiva em primeira pessoa. Disponível para *download* em <https://store.steampowered.com/app/10/CounterStrike/>.

gue of Legends<sup>7</sup>, por exemplo, este gênero é baseado na competição entre jogadores, que não retornam para a partida quando morrem, em rodadas curtas cujo campo de atuação no cenário é reduzido ao longo do tempo. É uma disputa de sobrevivência cujo tempo é controlado e dita o ritmo da performance dos jogadores, que transmitem suas ações.

Este artigo observa as possibilidades de performance em Fortnite, produção que superou a marca de 10,8 milhões de jogadores online simultaneamente em março de 2019 (YUGE, 2019) e produziu uma espécie de ecossistema performático ao seu redor. A *playformance* (FRASCA, 2007) dos jogadores é monetizada, renda produzida a partir da conversão de atenção e interação durante os jogos em capital social e dinheiro a partir do domínio das ferramentas possíveis.

Para tanto, será utilizada a proposta desenvolvida por Fernández-Vara (2009) de um método específico para análise da performance em jogos. Esta abordagem permite compreender particularidades do objeto de estudo bem como as instâncias que produzem sentido, observando o desenvolvimento de um sistema. Não serão analisados papéis específicos como um estudo específico das ações dos jogadores ou dos comentários da audiência, mas será produzida uma espécie de cartografia das possibilidades de ação em Fortnite, bem como as suas consequências.

## Jogos eletrônicos como atividades econômicas

Huizinga (2000) quando estudou, em 1938, os jogos e sua importância na sociedade não poderia imaginar que proporção eles teriam 80 anos depois. Diferente do que definiu o autor (2000, p. 5), que o jogo é uma “atividade desligada de todo e qualquer interesse material, com a qual não se pode obter qualquer lucro”, com a popularização dos videogames, iniciada nos

---

7      Jogo formado por duas equipes que precisam conquistar espaços do território oposto em uma visão livre e superior de um mapa. Disponível para *download* em <https://br.leagueoflegends.com>.

anos 70, o mercado internacional de jogos arrecadou 35 bilhões de dólares em 2007 e a previsão aponta que em 2018 foi movimentado 137.9 bilhões de dólares (NEWZOO, 2018). O Brasil, apesar de ainda ser uma indústria em amadurecimento, vem demonstrando números expressivos: em pesquisa realizada com empresas de jogos digitais brasileiras, o BNDES (2018) apurou que o faturamento de 2017 foi de 1,3 bilhões de reais.

Os grandes responsáveis por esse crescimento acelerado foram os jogos eletrônicos e digitais, que saíram dos institutos de tecnologia das faculdades, consolidaram seu espaço nos fliperamas, migraram para os consoles embutidos na televisão, para o computador pessoal e podem ir a qualquer lugar, principalmente através do celular (KENT, 2001). O jogo tornou-se mais que apenas uma atividade definida por regras em busca de atingir um objetivo. É uma nova mídia e um novo espaço social com complexas relações em constante formação.

Os jogos digitais são claramente moldados por uma ampla gama de fatores sociais e culturais, por jogos não digitais, tradições sociais e culturais de jogos e formas de mídia existentes. Ao mesmo tempo, os jogos digitais são transmídia, híbridos e em constante evolução<sup>8</sup> (KERR, 2006, p. 41).

Os jogos digitais possuem muitas características de indústrias culturais mais consolidadas, como televisão e cinema, e muitos conceitos utilizados pelos estudos das mídias ajudam no entendimento do jogo como uma nova indústria cultural global em ascensão, conforme estudou a pesquisadora Aphra Kerr (2006). Uma grande diferença, como aponta Galloway (2006), que afasta o jogo das indústrias existentes está na sua principal premissa: jogos são ações. Um jogo digital sem a participação de um jogador existe

---

8 Tradução livre do original “Digital games are clearly shaped by a wide range of social and cultural factors, by non-digital games, social and cultural traditions of play and existing media forms. At the same time digital games are transmedial, hybrid and constantly evolving”.

apenas como código no computador. A ação entre jogador e jogo torna os jogos digitais divertidos. “Eles imergem e encantam. Em termos de tempo, os videogames acumulam investimentos significativos dos jogadores. Isso acontece em jogos de uma forma não vista em outras mídias de massa”(-GALLOWAY, 2006, p. 5).

A popularização trouxe novos gêneros e modos de jogar, ampliando o alcance para diferentes faixas etárias e grupos sociais. De criança até idosos, de jogos gratuitos no celular até os consoles mais caros, os jogos seguiram sua ascensão e se tornaram uma das principais formas de entretenimento do século 21. Este crescimento, conforme aponta Hjorth (2011), conversa com a convergência das novas mídias. Ao alcançar a cultura popular e o mainstream,

[...] os jogos podem ser “lidos” (ou compreendidos) como artefatos culturais, indústrias, comunidades, culturas materiais (ou seja, a dimensão psicológica dos objetos como parte da sua identidade cultural) e práticas de mídia - para citar apenas algumas possibilidades<sup>10</sup> (HJORTH, 2011, p. 9).

Ao estarem presentes de diversas formas na sociedade, os jogos digitais proporcionam novos espaços sociais e estimulam novas práticas (KERR, 2006). Corroborando com o pensamento, Hjorth (2011, p. 133) afirma que “os jogos se tornam uma extensão das redes sociais já existentes,

---

9 Tradução livre do original “They immerse and enthrall. Time-wise, video games garner significant investment by players. This happens in gaming to an extent not seen in other mass media”.

10 Tradução livre do original “[...] games can be ‘read’ (or understood) as cultural artefacts, industries, social communities, material cultures (i.e. the psychological dimension of objects as part of one’s cultural identity) and media practices—to name but a few possibilities”.

oferecendo novas maneiras de interagir e se envolver, frequentemente com amigos, conhecidos e até estranhos<sup>11</sup>”.

Mais do que novos espaços sociais, os jogos proporcionam novas relações com os jogadores na formação de uma comunidade. Uma nova maneira para se relacionar com o seu jogo favorito é através da criação de conteúdo feita pelo usuário. Fazem parte destes conteúdos “modding (modificações de computador de jogos existentes), machinima (cinema usando ferramentas dos jogos) e culturas complementares como cosplay (jogos de fantasia) e *eSports*<sup>12</sup>” (HJORTH, 2011, p. 10). Uma prática que ficou popular nos últimos anos é o *live streaming* de jogos.

O meio ofereceu aos jogadores de todos os tipos uma oportunidade de formarem audiências interessadas em observar, comentar e jogar ao lado deles. A transmissão ao vivo estava permitindo que os jogadores de todos os tipos transformassem seus jogos privados em entretenimento público<sup>13</sup> (TAYLOR, 2018, p.6).

Os jogos podem ser entendidos e estudados de maneiras muito diferentes e por diversas áreas do conhecimento, tornando a área dos *game studies* um campo interdisciplinar que constantemente busca em teorias existentes alicerces para seu próprio entendimento. Em um mapeamento de trabalhos feitos sobre jogos no Brasil (FRAGOSO et al., 2017), os resultados apontaram para uma maturidade na área, apesar do número pequeno de

---

11 Tradução livre do original “Games become an extension of the already existing social networks, providing new ways to interact and engage frequently with friends, acquaintances and even strangers”.

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

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

pesquisas, e que a Comunicação é área que acolhe melhor os estudos de jogos no país. Utilizando-se dessas informações, buscou-se nas teorias de performance uma aproximação com os jogos digitais.

## Playformance

Segundo Schechner (2013), performances são ações. Os estudos de performance estudam as ações e como estas ações são feitas. A dança, por exemplo, exige um nível de conhecimento para ser performada, porém, o nível da habilidade não é o que mais importa na performance, e sim que essa atividade ocorre para uma audiência. Sem a audiência, não existe performance, já que quem cria sentido para a ação é quem assiste. Ainda de acordo com o autor, todas as experiências humanas podem ser performáticas e isso ocorre de maneira mais potencializada com as novas tecnologias que apresentam-se como novos espaços para performance.

Goffman (2002) aplica o conceito de performance ao cotidiano, de maneira a entender como os indivíduos criam e exibem a si mesmo. Assumindo a vida como um palco, as pessoas com diferentes papéis de acordo com as situações vividas e uma noção nova de público, que seria as pessoas com quem elas interagem. Essa noção de público como fator fundamental para que exista a performance já havia sido explorada por Schechner (2003), porém é expandida no trabalho de Goffman (2002). O que é inédito no trabalho de Goffman (2002), é a noção de performance social e representação do eu.

Frasca (2007) aproxima a performance dos *game studies* e define *playformance* como a performance do jogador. Em sua definição, ele inclui tanto a parte física, quanto a parte mental e o termo deve ser entendido como as ações performadas pelos jogadores durante o ato de jogar. Ele justifica a importância do termo ao defender que analisar somente o *playworld*, que seria o universo do jogo, e as mecânicas não são suficientes para entender como os jogadores constroem sentido através do jogo. Assim como na performance, as ações feitas na *playformance* são mecanismos cognitivos e



podem se tornar maneiras de entender o mundo. Esta aproximação permite transportar os conceitos para o universo dos jogos eletrônicos.

## Fortnite

Um dos jogos mais populares de 2018, Fortnite é um dos responsáveis pela popularização do gênero *Battle Royale* nos jogos online. Este estilo de jogo competitivo combina sobrevivência, exploração e disputa contra inimigos para ser o último jogador vivo ao mesmo tempo em que a área disponível para percorrer no mapa diminui ao longo do tempo, obrigando os jogadores a se encontrarem e lutarem entre si.

Ainda em crescimento, a desenvolvedora divulgou que em agosto de 2018 foi registrado o maior número de jogadores por mês, 78.3 milhões (EPIC GAMES, 2018b), posteriormente recebendo 3 importantes prêmios da indústria dos jogos<sup>14</sup>. Indiretamente, conquistou outra incrível marca: Ninja, *streamer*<sup>15</sup> que ficou famoso ao jogar o título, quebrou dois recordes do serviço de *streaming* de jogos Twitch.TV: foi o primeiro canal a chegar em 10 milhões de inscritos (HAGUI, 2018) e teve 667 mil espectadores simultâneos em uma *stream*<sup>16</sup> (ROMER, 2018).

Desenvolvido pela produtora estadunidense Epic Games, foi lançado em 2017 e atualmente possui dois modos: Save the World, uma aventura cooperativa PvE paga e o modo Battle Royale, um modo online PvP gra-

---

14 Os prêmios foram melhor jogo do ano e o melhor jogo competitivo pela Golden Joystick Awards e melhor jogo em andamento e melhor jogo multiplayer pela Game Awards (TASSI, 2018; GALVÃO, 2018).

15 Nomenclatura utilizada para denominar o jogador que realiza uma transmissão ao vivo de um jogo.

16 Nomenclatura utilizada para denominar uma transmissão ao vivo nas plataformas em questão. Indica uma sessão composta da transmissão ao vivo de um jogo, do produtor do conteúdo ou mista. Derivada do termo *streaming*, palavra em inglês que designa transmissão de dados para exibição enquanto são descarregados da internet, diferente do sistema tradicional de download de um material completo para sua execução ao final deste processo.

tuito. O jogo possui cross-plataform com as plataformas mais populares e integração mobile. A descrição dada pela empresa no site oficial diz:

O Battle Royale do Fortnite é o nosso modo JxJ GRATUITO com 100 jogadores. Um mapa gigante. Um ônibus de batalha. As habilidades de construção e os ambientes destrutíveis do Fortnite combinados com intenso combate JxJ. O último sobrevivente vence. Disponível em PC, PlayStation®4, Xbox One, Nintendo Switch, Android, iOS e Mac (EPIC GAMES, 2019).

Nesta competição, 100 jogadores batalham para ser o último personagem ou time vivo. Cada jogador inicia a partida somente com dois itens: um *glider* (pequeno paraquedas) e uma picareta. O jogador é lançado de um ônibus que sobrevoa o céu e, assim que chega ao chão, busca em diferentes áreas por itens para a sua sobrevivência: armas, balas, poções e recursos para construções. Para vencer, o jogador precisa matar ou escapar de ser abatido, ao mesmo tempo que escapa de uma tempestade que está se formando e começa a diminuir em um círculo em um ponto aleatório do mapa. Com jogabilidade conhecida como TPS (do inglês *third-person shooter*, que indica uma visão em terceira pessoa do personagem controlado), Fortnite se diferencia de seus concorrentes (PUBG e H1Z1<sup>17</sup>) através de um sistema de construções. Os jogadores podem construir estruturas para fortalecer prédios ou casas do jogo, construir cabanas ou barricadas para proteção e ativar armadilhas.

O que foi descrito acima é somente a jogabilidade base do jogo, ou seja, o que é necessário para conseguir a Vitória Royale. O jogo permite uma extensão do jogar muito maior do que apenas vencer. Em média, a

---

17 PUBG (Playerunknown's Battlegrounds) e H1Z1 foram os primeiros jogos do gênero *Battle Royale*, lançados em 2017 e 2018 respectivamente. Ambos possuem a mesma premissa: 100 jogadores que lutam entre si para sobreviver em uma área que torna-se menor conforme o tempo. Disponíveis em <https://www.pubg.com> e <https://www.h1z1.com/home>, respectivamente.

cada 65 dias, uma grande atualização no jogo ocorre e inicia-se uma nova temporada: o nível do jogador é zerado, uma espécie de balanceamento global, e ficam disponíveis missões a serem cumpridas. Conforme cada missão é cumprida, recompensas são disponibilizadas, como itens cosméticos e bônus de experiência. Cada temporada possui uma temática (por exemplo, medieval, espaço, inverno, etc.) que envolve mudanças nos mapas, itens e itens cosméticos. Além das grandes atualizações, existem os modos rotativos por tempo limitado. Os modos rotativos incluem jogabilidades específicas da temporada ou eventos externos ao jogo, como exemplo o modo que permitiu aos jogadores se transformar no vilão Thanos para o lançamento do filme Os Vingadores – Guerra Infinita (EPIC GAMES, 2018c).

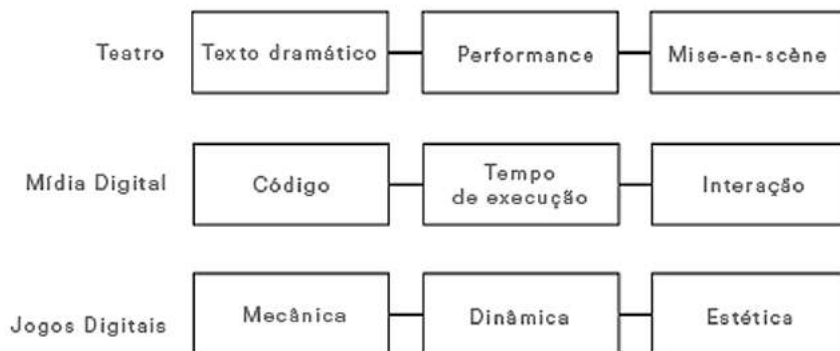
O investimento de Fortnite não fica restrito apenas ao jogo e sim a toda a comunidade em volta dele. Antes de completar seu primeiro ano de vida, a Epic Games anunciou sua entrada nos eSports com o Fortnite World Cup 2019 e 100 milhões de dólares divididos entre torneios para o período 2018-2019 (EPIC GAMES, 2018a). Além do cenário competitivo, Fortnite possui um sistema de apoio para incentivar produtores de conteúdo. No programa Apoie-um-Criador, cada jogador pode escolher um produtor de conteúdo relacionado a Fortnite (*streamer*, artistas, *cosplayers*, músicos, etc.) e toda vez que ele comprar V-Bucks (moeda do jogo utilizada para compras dentro do jogo a partir de transações com dinheiro tradicional) uma parcela deste valor vai direto para o produtor de conteúdo. Este programa, inicialmente temporário, será permanente e continuamente aprimorado, estreitando os laços entre jogadores, produtores de conteúdo e o próprio jogo (EPIC GAMES, 2018d).

O sucesso de Fortnite demonstra que desenvolvedoras e produtoras precisam ficar atentas ao novo momento do mercado de jogos. Não basta somente desenvolver e lançar o jogo e sim criar uma comunidade em volta dele.

## Performance para Videogames

A pesquisadora Clara Fernández-Vara (2009) propõe uma estrutura para estudar videogames como performance, utilizando como base as estruturas da performance teatral proposta por Pavis e Schechner, e adicionando duas novas camadas para aproximar o teatro dos jogos: o conceito de jogo como mídia digital que pode ser lida como um cibertexto proposto por Aarseth e a estrutura MDA (*Mechanics, Dynamics e Aesthetics*, traduzidos no presente artigo para Mecânica, Dinâmica e Estética) proposta por Hunicke et al. (2004) para analisar jogos e utilizada amplamente nas pesquisas sobre jogos digitais. Fernández-Vara (2009) sugere a seguinte estrutura para analisar performance para videogames:

Figura 1 - Estrutura Fernández-Vara (2009)



Fonte: Fernández-Vara (2009), tradução livre dos autores.

Inicialmente, utilizaremos a estrutura proposta para analisar o jogo Fortnite. Em um segundo momento, adicionaremos a esta estrutura as performances que ocorrem no jogo transmitido online. Neste caso, o ato de jogar ganha o complemento do *streaming*<sup>18</sup>.

18 De maneira coloquial, é possível dizer que o jogo transmitido ao vivo é chamado também de jogo “streamado”. Se a palavra “live” de ao vivo tornou-se sinônimo de vídeo ao vivo em redes sociais, o *streaming* ganha este significado para os jogos digitais.

## Jogos digitais

As mecânicas são as ações, comportamentos e controles que um jogador tem dentro de um jogo. Em videogames, estão presentes no código do jogo como o sistema que determina as regras. Em certos casos, objetos também são necessários para a mecânica funcionar (Hunicke et al., 2004).

As mecânicas de Fortnite são baseadas em sobrevivência em virtude do gênero *Battle Royale* a partir de ações como andar, correr, procurar, abaixar, pular. Sendo um jogo TPS, oferece mecânicas comuns a outros jogos do gênero, como armas e munição, itens para curar vida perdida ou escudos. Fortnite possui uma mecânica de construção de estruturas através de recursos adquiridos no mapa como madeira, tijolos e metal, além de itens diversos como armadilhas, balões, bomba de gás, veículos, e etc. Além de tudo isso, o jogador possui um mapa e pode realizar diferentes danças a qualquer momento.

A dinâmica funciona como consequência da mecânica, isto é, são os eventos que ocorrem quando o jogo é de fato jogado. Ela se refere a como as regras são performadas, como as regras produzem movimentos e comportamentos com objetos do jogo. Quando o jogador entende a dinâmica do jogo, ele pode criar diferentes estratégias para ganhar.

Por ter um número muito grande de mecânicas, as estratégias em Fortnite variam conforme o estilo de cada jogador. Uma dinâmica básica, no entanto, é garantir a sua sobrevivência através de recursos, seja entrando em batalha com outros jogadores, ou procurando por itens e buscando abrigo. A mecânica da tempestade, por exemplo, cria uma sensação de urgência no jogador, onde ele sabe ter tempo limitado para buscar suprimentos ou construir uma área segura. O limite de itens, sejam armas ou munição, obriga o jogador a pensar em qual será a sua estratégia, mesmo que ela seja trabalhar com o mínimo possível. A limitação de equipamentos auxilia na ideia de sobrevivência.

A estética refere-se a experiência do jogador enquanto joga, sendo o resultado da interação dele com o sistema do jogo. Resgatando o conceito de Galoway (2006) que jogos são ações, e isso que torna eles divertidos, a estética é justamente a parte que motiva o jogo a passar ser uma ação.

Sendo um jogo online formado por jogador contra jogador na maioria das vezes, sobressair-se perante outros e ao jogo em si é o grande desafio de Fortnite, tornando-o bastante competitivo. A competição com outras pessoas acaba sendo o motor para o jogo ser bastante popular.

## Mídia Digital

O código de um jogo eletrônico é o seu *software*<sup>19</sup>, que é o necessário para que o computador consiga executar o jogo. Para acessar o Fortnite, por exemplo, é necessário baixar a aplicação, instalar no computador<sup>20</sup>, esperar que as atualizações sejam baixadas para, enfim, executar o *software*.

O tempo de execução refere-se ao computador. É esperado que o computador execute o código conforme o esperado e o jogo funcione. Dessa forma, quando o jogador seleciona o comando jogar, o computador executa o código sem executar nenhuma alteração. O jogador também fica impossibilitado de realizar alterações jogo, respeitando o código.

A interação possibilita que o *software* se transforme em uma atividade performática. O jogo pode funcionar perfeitamente quando executado sozinho, porém não cumprirá seu propósito sem a presença de um jogador que complete seu sentido. No caso de Fortnite, o usuário pode começar um jogo, porém se ele não realizar nenhuma ação, o seu personagem irá ser eliminado com o tempo e não cumprirá o papel de sobrevivência.

---

19 O *software* são os aplicativos executados através de código pela máquina. A máquina, por sua vez, precisa de peças físicas, os *hardwares*, para realizar a execução dos aplicativos.

20 No caso de Fortnite, poderá ser executado no computador, no celular ou nos consoles suportados.

Cabe lembrar que este código pode apresentar falhas e agir de maneira inesperada conforme alguma ação do jogador. Um *bug* ou um erro fatal, que resulte em um fim inesperado do programa, pode interromper a ação em todas as suas instâncias que são capturadas ou transmitidas, como o jogo em si, website ou programa dedicado para a captura da ação e transmissão, gerenciadores de redes sociais e, eventualmente, interfaces de câmeras direcionadas para o rosto do jogador.

## Teatro

Na aproximação direta com o teatro, o texto dramático seria o script e tudo que é necessário preparar antes da performance. O script não necessariamente precisa ser formatado, ou mesmo escrito, pode ser somente um plano ou uma direção a seguir, como no caso de improvisações. “O texto é potencial e precisa ser ativado pela performance. O que pode ser obtido será determinado pelo restante dos componentes da performance<sup>21</sup>” (FERNÁNDEZ-VARA, 2009, p.4).

A direção inicial do jogo Fortnite seria sobreviver para atingir o objetivo final que é a Vitória Royale. O jogo disponibiliza um mapa com diferentes áreas como cenário, uma série de ações que podem ser executadas (conforme visto nas mecânicas), modos rotativos temporários e as temporadas temáticas.

Na estrutura proposta por Fernández-Vara (2009), a performance se refere às ações dos atores no palco. Não necessariamente o texto precisa ser literal e muitas vezes, dependendo do ator, o tom de uma mensagem pode alterar o sentimento final de quem assiste.

Neste momento, a performance seria o ato em si de jogar, que é desempenhado de maneira diferente por cada jogador. Correr para escapar da tempestade, buscar armamentos para se defender dos outros jogadores

---

21 Tradução livre do original: “[...]the text is potential and needs to be actualised by the performance”.

e até mesmo dançar como provocação por matar outro jogador. Outros jogadores podem agir de outras maneiras realizando as mesmas ações com finalidades diferentes: correr para dentro da tempestade em busca de um posicionamento melhor, buscar somente itens de cura e materiais para construção e utilizar o comando de dança para escapar de uma troca de tiros.

A performance se assemelha muito a parte da dinâmica da estrutura MDA, pois nada mais é que dar sentido às mecânicas existentes no jogo para criar um sentido final. Um jogador pode se esforçar ao máximo para alcançar a Vitória Royale, e fará isso através das possibilidades que a mecânica do jogo permite, por exemplo indo o mais rápido possível para a área segura e buscando itens mais utilitários, enquanto para outro jogador o objetivo final pode ser alcançar um recorde de mortes em outros jogadores, optando por buscar melhores armamentos e defesas e jogará de uma maneira completamente diferente do primeiro jogador.

A *Mise-en-scène* nada mais é que o confronto entre o texto e a performance. “Este é o processo pelo qual o público faz sentido do texto dramático e das ações no palco<sup>22</sup>” (FERNÁNDEZ-VARA, 2009, p.4). Sem a platéia, a peça é somente ensaio. A audiência é responsável por completar o sentido, ou seja, indispensável.

No caso do jogo, o ator e o espectador acabam sendo a mesma pessoa, pois ele que age através das possibilidades do texto dramático para criar sentido final ao seu próprio jogo. O assistir acaba sendo também jogar, de que maneira o jogador optou por performar para atingir seu objetivo final, que seria então a *Mise-en-scène*. Fernández-Vara (2009, p.6) observa esta relação e afirma:

O jogador é quem realiza a performance, porque ele é também o interator, mas ele também é a audiência da performance, já que ele é quem cria sentido através do sistema e interage de acordo. A interface

---

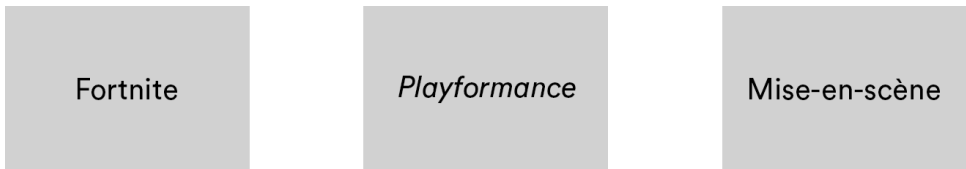
22 Tradução livre do original: “This is the process by which the audience makes sense of the dramatic text and the actions on the stage”.



do jogo e os eventos específicos que são desencadeados fazem parte da experiência do jogador como espectador da sua própria interação<sup>23</sup>.

Analisando as relações entre teatro, a estrutura MDA, o conceito de *Playformance* e inserindo o exemplo do Fortnite, temos até agora, a seguinte estrutura, que prevê somente o jogador e o jogo.

Figura 2 - Fortnite, *Playformance* e Mise-en-scène



Fonte: os autores

## As performances do jogo transmitido ao vivo

Ao realizar seu estudo, Fernández-Vara (2009) entendeu que a sua estrutura de performance para videogames auxilia no entendimento de que jogos podem ter espectadores. “O jogador performa enquanto ele joga, então outras pessoas também podem assistir a esta performance<sup>24</sup>” (FERNÁNDEZ-VARA, 2009, p. 7). Esta relação ajuda a explicar a recente ascensão do *eSports* e do *live streaming* de jogos.

Os jogos ganham espectadores por identificação, com uma atividade já conhecida pelo público, como o exemplo o jogo FIFA, que simula uma partida de futebol. Outro critério de identificação pode ser com o jogo em si, uma vez que o espectador pode ter acesso ao mesmo título jogado. Desta forma,

---

24 Tradução livre do original: “The player performs as she plays, so other people can watch that performance too”.

Os jogos também podem ganhar uma audiência quando os jogadores demonstram ter grandes habilidades ou encontrar *exploit*<sup>25</sup> em um jogo. Corridas de velocidade (ou seja, terminar um jogo no menor tempo possível), ou jogar um jogo no modo de maior dificuldade são tipos de jogabilidade que geram audiência. Estas atividades normalmente encontram um espectador através da distribuição de gravações de gameplay em vez de assisti-las ao vivo. O público deve entender as mecânicas do jogo, eles devem ser capazes de criar sentido das ações e eventos do jogo, caso contrário, eles não vão assistir<sup>26</sup> (FERNÁNDEZ-VARA, 2009, p.7).

Isso explica a possibilidade de existir dois espectadores para a *Mise-en-scène*: o jogador e a audiência. Porém, com a popularização do streaming, o espectador passa a ter um papel ativo na parte de performance, uma vez que a audiência pode participar em tempo real e interferir nas ações do jogador.

Ao possuir poder de performance, a audiência altera o resultado final da *Mise-en-scène*. O jogador cria uma relação com a sua audiência e decide em que ponto eles podem ou não interferir. A audiência pode ter poder de escolha somente em um item cosmético, por exemplo, ou escolher o modo de jogo que o jogador irá jogar.

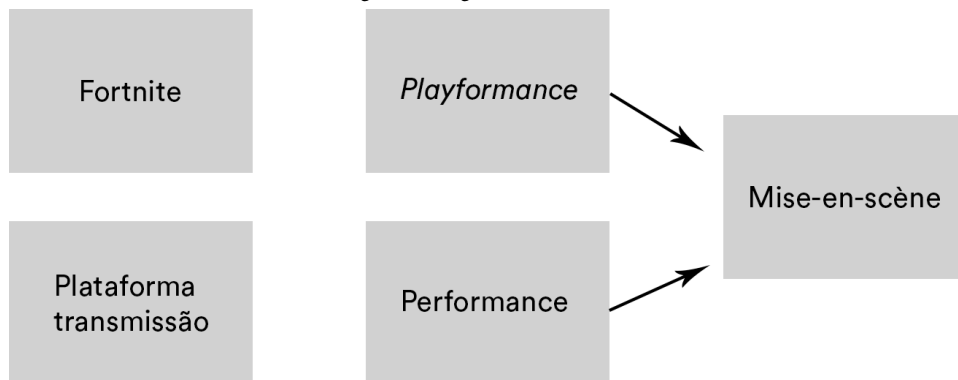
---

25 Em jogos, *exploit* é considerado uma espécie de falha no sistema. Pode ser um erro ou somente uma abertura que o jogador encontrou que torna alguma habilidade muito mais forte do que o esperado e acaba desbalanceado o jogo.

26 Tradução livre do original: “Games can also earn a spectatorship when players prove to have great skills, or find exploits in a game. Speed runs (i.e. finishing a game in the least time possible), or playing a game in the highest difficulty mode are types of gameplay that lend themselves to having an audience. These activities usually find a spectatorship through the distribution of video recordings of gameplay, rather than watching them live. The audience must understand what the mechanics of the game are, they must be able to make sense of the actions and events in the game, otherwise they will not watch”.

Dessa forma, atualizando a estrutura proposta por Fernández-Vara (2009), podemos incluir a participação da audiência (na parte inferior) da seguinte maneira:

Figura 3 - Jogador e Audiência



Fonte: os autores

Desta forma, é possível observar a formação de uma espécie de sistema baseado na *playformance* dos jogadores, bem como da performance dos espectadores. Eles estão conectados, mas nem sempre os comentários do público são relativos à performance do jogo em si. O *streamer* possui um papel que oscila entre o central e o periférico, não apenas conforme o que faz e exhibe em sua tela, mas conforme a sua audiência atua na caixa de comentários da transmissão. O próprio ato de entrar em uma sessão, mesmo sem comentar, já é importante, pois o broadcaster terá mais um usuário ativo.

As plataformas exploram isto para reter estas pessoas e concentrar a atenção no seu espaço (página ou vídeo em tela cheia) e não em outra con-corrente ao estimular quem transmite com recompensas baseadas no seu desempenho e também oferecendo ao público vantagens, como benefícios para quem aderir aos planos pagos. A plataforma Twitch.TV, por exemplo, oferece o Programa de Parceiro Twitch que oferece diferentes opções para monetização do canal, como porcentagem em dinheiro de anúncios reproduzidos em seu canal, além de diversos recursos para apoiar o seu crescimento,

como opções de armazenamento estendido dos vídeos e ajuda prioritária do suporte (TWITCH INTERACTIVE, 2017). Essas vantagens só são oferecidas para os canais que cumprem alguns requisitos de frequência de transmissão e audiência. Isto cria uma espécie de competição na performance em si, pois é preciso incrementar o número de audiência e assinantes dos canais para obter mais destaque e remuneração a fim de evitar prejuízos.

## Considerações Finais

Utilizando a estrutura proposta por Fernández-Vara (2009) foi possível aproximar os estudos de performance com os jogos digitais, utilizando como exemplo para o presente trabalho o jogo Fortnite. Ao analisar cada item, percebeu-se que os jogos podem ser analisados como performance, pois são ações e necessitam de uma audiência, mesmo sendo em primeira instância o próprio jogador. O trabalho mapeou algumas possibilidades de performance existentes especificamente no jogo Fortnite, que poderão ser utilizadas em trabalhos futuros que utilizem o jogo como objeto de estudo.

Mesmo antes da existência de canais especiais para transmissão ao vivo de jogos, que surgiram a partir de 2011 com o lançamento da Twitch. TV (TAYLOR, 2018), Fernández-Vara (2009) reconheceu que jogos podem ter audiência externa ao jogador, já que o ato de jogar acaba sendo uma performance. Com a popularização dos canais de *streaming* de jogos, a *playformance* é transmitida ao vivo para uma audiência, que varia conforme o tamanho do canal do produtor de conteúdo. Os jogos digitais passam a ser atividades econômicas, com complexas relações e em constante formação.

Ocorre uma monetização da performance feita através dos jogos digitais transmitidos ao vivo. A relação entre jogador e público não é determinada apenas por números de visualizações, o público pode interferir na *Mise-en-scène* conforme o jogador permite, seja pedindo opiniões pontuais até mesmo deixando a audiência responsável pelo poder de escolha de algum comportamento da sua *playformance*. As dinâmicas irão se alterar

conforme cada jogo e até mesmo conforme cada *streamer*, criando novas possibilidades para estudos acerca do tema.

## Referências

ANUNCIANDO a temporada ranqueada do Fortnite 2018-2019. **Epic Games**, 16 jun. 2018a. Disponível em: <<https://www.epicgames.com/fortnite/pt-BR/news/announcing-2018-2019-fortnite-competitive-season>>. Acesso em 27 fev. 2019.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. (BNDES). **Panorama do setor de jogos digitais no Brasil – Infográfico**. Janeiro, 2018. Disponível em: <<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/conhecimento/noticias/noticia/jogos-digitais-brasil-infografico>>. Acesso em 27 fev. 2019.

EPIC GAMES, 2019. **Fortnite**. Disponível em: <<https://www.epicgames.com/fortnite/pt-BR/buy-now/battle-royale>>. Acesso em 27 fev. 2019.

FALL Skirmish Details. **Epic Games**, 20 set. 2018b. Disponível em: <<https://www.epicgames.com/fortnite/en-US/news/fall-skirmish-details>>. Acesso em 27. fev. 2019.

FERNÁNDEZ-VARA, Clara. Play's the Thing: A Framework to Study Videogames as Performance. In: DiGRA International Conference, 2009, Londres. Anais eletrônicos... DIGRA: Londres, 2009. Disponível em: <<http://www.digra.org/digital-library/publications/plays-the-thing-a-framework-to-study-videogames-as-performance/>>. Acesso em 12 de jul. 2019.

FRAGOSO, Suely. et al. **Estudos de Games na área da Comunicação no Brasil: tendências no período 2000-2014**. Verso e Reverso, v. 31, n. 76, jan/abril. 2017, p. 2-13. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2016.31.76.01/5835>>. Acesso em 27 fev. 2019.

FRASCA, G. **Play the Message: Play, Game and Videogame Rhetoric**. Dissertação de Doutorado. IT University of Copenhagen. Copenhagen: 2007.

GALLOWAY, Alexander R. **Gaming**: Essays on Algorithmic Culture. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006.

GALVÃO, Bruno. Fortnite considerado melhor jogo do ano nos Golden Joystick Awards. **Brasil Gamer**, 16 nov. 2018. Disponível em: <<https://www.eurogamer.pt/articles/2018-11-16-fortnite-considerado-o-jogo-do-ano-nos-golden-joystick-awards>>. Acesso em 27 fev. 2019.

GOFFMAN, E. A representação do eu na vida cotidiana. Petrópolis: Vozes, 2009.

HAGUI, Lucas. Ninja se torna maior streamer da Twitch com 10 milhões de seguidores. **Versus**, 03 mar. 2018. Disponível em: <<https://vs.com.br/artigo/ninja-se-torna-maior-streamer-da-twitch-com-10-milhoes-de-seguidores>>. Acesso em 27 fev. 2019.

HJORTH, Larissa. **Games and Gaming**: An Introduction to New Media. UK: Berg, 2011.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**: O Jogo como Elemento da Cultura. 4ª ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.

HUNICKE, Robin. et al. **MDA**: A Formal Approach to Game Design and Game Research. In: AAAI- 04 Workshop on Challenges in Game AI, 2004, San José, EUA. Disponível em: <<https://www.cs.northwestern.edu/~hunicke/MDA.pdf>>. Acesso em 25 mar. 2019.

KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games**. Nova York: Three Rivers Press, 2001.

KERR, Aphra. **The Business and Culture Of Digital Games**: Gamework/ Gameplay. Londres: SAGE Publications Ltd, 2006.

MANOPLA do Infinito. **Epic Games**, 07 maio 2018c. Disponível em: <<https://www.epicgames.com/fortnite/pt-BR/news/infinity-gauntlet>>. Acesso em 27 fev. 2018.

SCHECHNER, R. **Performance Theory**. Londres: Routledge, 2003.

NEWZOO. 2018 Global Games Market Report. Amsterdam, 2018. Disponível em: <[https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/Newzoo\\_2018\\_Global\\_Games\\_Market\\_Report\\_Light.pdf](https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/Newzoo_2018_Global_Games_Market_Report_Light.pdf)>. Acesso em 27 fev. 2019.

O futuro de apoie-um-criador. Epic Games, 03 dez. 2018d. Disponível em: <<https://www.epicgames.com/fortnite/pt-BR/news/future-of-support-a-creator>>. Acesso em 27 de fev. 2019.

ROMER, Rafael. Ninja bate novo recorde do Twitch em transmissão de Fortnite. The Enemy, 23 abril 2018. Disponível em: <<https://www.theenemy.com.br/pc/ninja-bate-novo-recorde-do-twitch-em-transmissao-de-fortnite>>. Acesso em 27 fev. 2019.

SCHECHNER, R. **Performance Theory**. Londres: Routledge, 2003.

SCHECHNER, R. **Performance Studies: An Introduction**. Londres e New York: Routledge, 2013.

TASSI, Paul. Here's The Full List Of Winners From The Game Awards 2018, Including GOTY. **Forbes**, 07 dez. 2018. Disponível em:

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

TWITCH INTERACTIVE. **Programa de Parceiro Twitch**. 2017. Disponível em: <<https://www.twitch.tv/p/pt-br/partners/>>. Acesso em 30 mar. 2019.

YUGE, Claudio. Fortnite alcança 250 milhões de jogadores e segue atrás de Minecraft. **Techmundo**, 22 mar. 2019. Disponível em: