

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS (UNISINOS)
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**

GABRIEL MANZONI FERRI

**GAMES E PLATAFORMIZAÇÃO:
Uma Análise Sobre o Grupo de Pesquisa de Games da Intercom**

**São Leopoldo
2024**

GABRIEL MANZONI FERRI

**GAMES E PLATAFORMIZAÇÃO:
Uma Análise Sobre o Grupo de Pesquisa de Games da Intercom**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo pelo Curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Orientadora: Prof.^a Dra. Maria Clara Aquino

São Leopoldo

2024

Dedico este trabalho à minha querida avó Nair, que nos deixou há 13 anos. Sua memória, repleta de saudade, continua a ser uma fonte inesgotável de inspiração e alegria.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço aos meus pais, Márcia e Celso, que me deram todo o apoio incondicional durante o processo. Ao meu irmão Rafael e sua noiva, Marina, que sempre estiveram lá. Também agradeço ao meu namorado, Matheus, que passou madrugadas online comigo, me apoiando enquanto eu escrevia. Por último, agradeço à Quelen por todo o suporte.

Gostaria de agradecer aos meus amigos, a família que escolhi, sejam eles de Osório ou virtuais, que me ouviram falar sobre o TCC incontáveis vezes e me ajudaram enquanto eu estava desesperado com a entrega.

Tenho também muito a agradecer à minha orientadora, Maria Clara, à minha psicóloga, Julia. Sem elas, a execução deste trabalho seria impossível.

Agradeço de coração à Lary, que me ajudou em vários momentos em que eu estava perdido, sem saber como editar ou escrever certas partes.

Finalmente, agradeço a todos que, de alguma forma, contribuíram para tornar este trabalho realidade. A todos vocês, meu sincero obrigado por entenderem meus surtos e minha ausência durante este período.

RESUMO

No presente trabalho de conclusão de curso, realizamos uma pesquisa nos anais do GP de games da Intercom com a finalidade de construir um panorama acerca do estudo de plataformas e plataformização dos jogos digitais na academia brasileira. Utilizamos como base as definições construídas pelos autores Nieborg, Poell, Van Dijck, Chia, Keogh, Leorke, Nicoll, Gillespie e D'Andrea, com a finalidade de elaborar um panorama acurado sobre o que é a plataformização e como ela ocorre nos videogames, desde a produção, até a distribuição e como o próprio jogo pode se tornar uma plataforma. Dentro do GP de games já foram aceitos 210 trabalhos entre 2016 e 2023 e apenas 6 trabalhos tratam questões inerentes à plataformização, ou seja, menos de 3% apresentam a temática em oito anos de Intercom. Com base nos autores estudados, foi possível reunir em grupos como cada trabalho encarou a plataformização de seu objeto de estudo. Assim dividimos em “Jogos como Base”, “Jogos Dataficados”, “Monetização e Distribuição dos Jogos” e “Jogos como Plataformas de Discursos”. Assim, chegamos à conclusão que a pesquisa acerca da plataformização ainda engatinha no Brasil, porém todas compartilham o mesmo núcleo da plataformização, estudado por Nieborg.

Palavras-chave: plataformas; plataformização; jogos digitais; videogames; Intecom.

ABSTRACT

In this final project, we conducted research in the proceedings of the Intercom's Research Group on games with the aim of building an overview of the study of platforms and platformization of digital games in Brazilian academia. We based our study on definitions by authors such as Nieborg, Poell, Van Dijck, Chia, Keogh, Leorke, Nicoll, Gillespie, and D'Andrea, to develop an accurate panorama of what platformization is and how it occurs in video games, from production to distribution, including how games themselves can become platforms. Within the Research Group on games, 210 papers have been accepted between 2016 and 2023, with only 6 addressing platformization issues, meaning less than 3% of papers over eight years at Intercom discuss this theme. Based on our study of these authors, we grouped the approaches to platformization in various ways each study tackled its object of study. Thus, we divided them into "Games as Base," "Datafied Games," "Monetization and Distribution of Games," and "Games as Platforms of Discourse". We concluded that research on platformization is still in its infancy in Brazil, but all share the core of platformization studied by Nieborg.

Key-words: platforms; platformization; digital games; videogames; Intercom

LISTA DE SIGLAS

APIs	Application Programming Interface (Interface de Programação de Aplicação)
App	Aplicativo
DLC	Downloadable Content (Conteúdo Baixável)
EA	Electronic Arts
GoG	Good Old Games
GP	Grupo de Pesquisa
IA	Inteligência Artificial
Intercom	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
Mod	Modificação
NPCs	Non-Playable Character (Personagem Não Jogável)
PC	Personal Computer (Computador Pessoal)
PSN	PlayStation Network

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
2.1 O QUE SÃO PLATAFORMAS.....	11
2.2 PLATAFORMIZAÇÃO	14
2.3 PLATAFORMIZAÇÃO DA SOCIEDADE	17
2.4 PLATAFORMIZAÇÃO DOS JOGOS.....	21
3 ANÁLISE	26
3.1 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA.....	26
3.2 INTERCOM	28
3.3 - ANÁLISES.....	31
3.3.1 Ludificação do Tinder: Como a Plataforma de Interação Social Incorporou Elementos Constitutivos dos Games	31
3.3.2 Serialização nos Games: A Narrativa Seriada nos Jogos da Série Resident Evil	33
3.3.3 Entendendo Os Gachas: Design, Capitalismo De Plataforma E Jogos De Azar	35
3.3.4 Jogos como Plataformas para Discursos Não-Hegemônicos: O Caso de A Mortician’s Tale e o Movimento Death Positive:	36
3.3.5 Menos Que Um Jogo: A Relação Entre Estrutura Produtivista E Aplicações Educacionais Da Plataforma Roblox	38
3.3.6 IAs Generativas no Modding de Plataformas de Jogos Digitais	40
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS	47

1 INTRODUÇÃO

Desde que me lembro, sempre fui interessado em videogames. Quando entrei na faculdade escrevia sobre a área em qualquer oportunidade e desde o meu primeiro semestre no início pensava que iria seguir como carreira, mas os planos foram mudando. Já o meu interesse na área acadêmica nasceu em 2020 ao ser convidado para Iniciação Científica e Tecnológica em conjunto com o Professor Rafael Grohmann. No primeiro ano estudamos Cooperativas e Cooperativismo no Rio Grande do Sul. Durante meu segundo ano como bolsista, 2021, ao ser questionado pelo orientador na época sobre qual área eu gostaria de realizar uma pesquisa, juntamos os nossos interesses: o dele de cooperativas e o meu de jogos eletrônicos. Desde então, apresentei a pesquisa falando sobre Cooperativas de Desenvolvimento de Jogos na XX Mostra Unisinos de Iniciação Científica e Tecnológica, onde recebi menção honrosa, e também, na Universidade de Amsterdã, no Global Perspectives on Platforms, Labor & Social Reproduction.

Assim, a proposta inicial deste trabalho de conclusão de curso era expandir essa pesquisa. Porém, após enfrentar alguns problemas pessoais durante o desenvolvimento do TCC como a descoberta do Transtorno de Déficit de Atenção e Hiperatividade, encontrar um medicamento que se adequasse à mim, entre outros problemas, atrasaram consideravelmente a entrega deste trabalho, que começou a ser escrito em 2022/01 estudando preservação de jogos. Assim, ocorreram duas trocas de tema, uma no início de 2023 e outra no início de 2024. Assim visando completar este trabalho em tempo hábil, após a segunda troca de tema em 2024/01, eu e a orientadora deste trabalho de conclusão, Maria Claro Aquino, decidimos então pesquisar e estudar o conceito de plataforma (Poell, Nieborg, Van Dijck, 2020) e verificar como o tema é abordado nos estudos sobre games. Para isso, é feita uma análise documental nos anais da Intercom, no Grupo de Pesquisa (GP) sobre games, com o fim de levantar o que se é discutido no cenário acadêmico brasileiro sobre o assunto.

Para começarmos as discussões dentro dos jogos eletrônicos, ou videogames, primeiro é necessário entrar em um consenso sobre o que são esses jogos eletrônicos. Nessa pesquisa utilizarei a definição de Nicolas Esposito (2005) em *A Short and Simple Definition of What a Videogame Is*, que os define como: “é um jogo que pode ser jogado graças a um aparato audiovisual que pode ser

localizado dentro de uma história”. Certos dessa definição, precisamos também ter a dimensão do tamanho da Indústria. Os jogos eletrônicos são uma indústria que, segundo a GamesIndustry.biz no relatório The Year In Numbers 2023, só no ano passado movimentou 184 US\$ bilhões, um crescimento de 0,06% em comparação com o ano de 2022.

Também é importante definir o que é a plataformização. Nieborg e Poell definem plataformização como “a penetração de extensões econômicas, governamentais e infraestruturais de plataformas digitais nos ecossistemas da Web e de aplicativos” (GROHMANN, 2019, p. 111). Já o termo dentro da temática de jogos digitais é definido, segundo Chia et al. (2020), como “plataformização não é uma lógica singular e monopolizadora de produção cultural, nem um conceito único para descrever as transformações tecnológicas atuais na produção, distribuição e consumo de conteúdo midiático. Em vez disso, argumentamos que o desenvolvimento de videogames é fundamentado em uma pluralidade de plataformas e técnicas de plataformização, algumas das quais contrapõem a visão top-down de plataformização para vislumbrar uma política alternativa de criação de jogos a partir de baixo para cima”

No mais, compilamos a definição de diversos autores sobre a plataformização e categorizamos como ela acontece, como a explicação complementar de Gillespie sobre o que são plataformas, Helmand que explica como ocorre o processo de plataformização, D’Andrea que explica como a interação entre usuário e plataforma acontece, entre outros. Essa pluralidade entre autores tem como finalidade de poder enquadrar melhor as pesquisas e entender a abordagem única de cada uma. Mesmo assim, estamos cientes que há mais definições que não foram abordadas aqui, e podem, futuramente, serem abordadas para a construção de um panorama maior sobre a plataformização de jogos no cenário acadêmico brasileiro.

No primeiro capítulo deste trabalho vamos explorar o conceito de plataformas plataformização, abordando referências que se complementam, com o objetivo de passar um amplo panorama. Ao mesmo tempo, traremos um debate sobre como o conceito impacta na produção dos videogames. Faremos esse levantamento através de um levantamento bibliográfico de pesquisas que estudam as plataformas digitais e os videogames. No segundo capítulo, vamos expor o levantamento que fizemos nos anais da Intercom. A partir desse esforço teórico e empírico, buscamos entender

como a temática da plataformização vem sendo abordada nos estudos sobre games no Brasil, desde a criação do GP de games da Intercom.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Atualmente, no campo dos estudos de comunicação, há um amplo debate em torno dos conceitos de "plataformas" e "plataformização" (termo utilizado para descrever a transformação de algo em plataforma). Para avançarmos na discussão desses temas e aplicá-los ao contexto dos *videogames*, é essencial começar com uma definição clara do que são plataformas e como operam, seguido por uma análise da plataformização e de como ela se manifesta na sociedade em geral. Por fim, é crucial discutir o papel das plataformas nos jogos digitais e como ocorre o processo de plataformização nesse contexto específico.

2.1 O QUE SÃO PLATAFORMAS

Nas pesquisas em comunicação, o termo "plataforma" começou a aparecer conectado ao discurso da *Web 2.0*, por volta de 2005, e os conceitos "compartilham um objetivo econômico distinto: serviram como metáfora ou imaginário, empregado por jornalistas de negócios e empresas de internet para atrair usuários finais para plataformas e, simultaneamente, ofuscar seus modelos de negócios e infraestruturas tecnológicas" (Apud. POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2019)

Tarleton Gillespie foi um dos primeiros a contextualizar o termo "plataformas" no contexto digital. segundo Gillespie, a dificuldade encontrava-se na semântica do termo que:

Essa posição discursiva depende de termos e ideias específicas o suficiente para significar algo e vagas o suficiente para funcionar em múltiplos contextos para múltiplas audiências. Chamar o serviço online de alguém de 'plataforma' não é uma afirmação sem sentido, nem é simples. Como outras metáforas estruturais (pense em 'rede', 'transmissão' ou 'canal'), o termo depende de uma riqueza semântica que, embora possa passar despercebida pelo ouvinte casual ou até mesmo pelo falante, confere à palavra uma ressonância discursiva. (GILLESPIE, 2010, p.3)

Assim, o autor separou as 15 definições de plataformas que o Dicionário *Oxford* de Inglês apresentava e os compilou em quatro categorias amplas. Apesar de nenhuma delas definir o termo no âmbito digital, a definição do mesmo depende de todas as quatro categorias. As quatro categorias foram: Computacional; Arquitetônica; Figurativa; Política.

Dentro da definição computacional de Gillespie, o autor refere-se a infraestruturas que suportam o design e uso de aplicações específicas, como os *hardwares* de computador, sistemas operacionais, dispositivos de jogos, dispositivos móveis e formatos de discos digitais. Ainda, o termo também pode ser utilizado para descrever ambientes online que permitem aos usuários projetar e implantar aplicativos que eles próprios projetam ou que são oferecidos por terceiros, as Interface de Programação de Aplicativos, *APIs*, são um exemplo disso.

Uma API é uma interface proporcionada por um aplicativo, que possibilita aos usuários interagirem com — ou em resposta a — dados ou solicitações de outros programas, outros aplicativos ou websites. As APIs facilitam a troca de dados entre os aplicativos, possibilitam a criação de novos aplicativos, e constroem a base para o conceito de “web como plataforma”. (HELMOND, 2019, p.56 Apud MURUGESAN, 2007, p. 36)

Dentro da definição arquitetônica, Gillespie descreve-a como a primeira e a mais antiga definição, em contraste com a computacional, que é a mais nova. Aqui o autor encaixa a definição de estruturas físicas, sejam elas construídas pelo homem ou formadas naturalmente, genéricas ou com um uso específico, como plataformas de trem e metrô, plataforma de mergulho. Segundo Gillespie (2010, p.4) “Esse significado está diretamente relacionado às origens etimológicas da própria palavra: em suas primeiras aparições, a palavra aparecia como duas - 'platte fourme' ou uma variação dela - com um claro ênfase na forma física”.

Em contraste com a definição arquitetônica, que se baseia em objetos concretos, a definição figurativa descreve um uso mais conceitual, como a base de uma ação, evento, cálculo ou condição. Para Gillespie (2010, p.4) “a plataforma material para a indústria física se torna uma plataforma metafísica para oportunidade, ação e insight.”

Por fim, a última categoria de Gillespie sobre plataformas é a política. Essa definição surgiu a partir da definição arquitetônica, referindo-se ao palanque de onde um político dirigia-se ao público e a partir do qual expunham suas ideias políticas. Segundo o autor, o termo afastou-se da estrutura material e começou a ser utilizado para demonstrar as crenças. Hoje a plataforma política de um candidato refere-se às suas ideias e crenças, além de salientar seus aliados.

Ainda às vezes nos referimos às posições políticas individuais como "pranchas", ou perguntamos onde um candidato "se posiciona" sobre um problema, lembretes sutis do legado do termo. Curiosamente, um termo que geralmente implicava uma espécie de neutralidade em relação ao uso - as plataformas são tipicamente planas, sem características especiais e abertas. (GILLESPIE, 2010, p.4)

Todas essas definições ajudam Gillespie a construir o que são as plataformas no ambiente digital. No trabalho "As Políticas das Plataformas", Gillespie (2010) explica que as "plataformas" no contexto digital referem-se a sistemas online que permitem a comunicação, interação, compartilhamento de conteúdo ou realização de transações. Essas plataformas podem apresentar diferentes tipos de atividades principais, desde sites de redes sociais e *blogs*, serviços de *streaming* de mídia, comércio eletrônico e, como é o caso deste estudo, os jogos digitais. Assim as plataformas digitais oferecem uma estrutura base para os usuários realizarem atividades virtualmente.

Ampliando na conceitualização de plataformas de Tarleton Gillespie, Thomas Poell, David Nieborg e José Van Dijck (2019) definem plataformas como:

Infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados. Nossa definição é um aceno para os estudos de software, apontando para a natureza programável e orientada por dados das infraestruturas das plataformas, reconhecendo os insights da perspectiva dos estudos de negócios, incluindo os principais stakeholders ou "lados" nos mercados de plataforma: os usuários finais e os complementadores. (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2019, p.4)

Ainda os autores supracitados explicam o funcionamento da plataforma: "Uma plataforma é alimentada com dados, automatizada e organizada por meio de algoritmos e interfaces, formalizada por meio de relações de propriedade orientadas por modelos de negócios e regidas por acordos de usuários"(D'ANDRÉA, 2020).

Os jogos digitais também tiveram um papel importante na definição de plataformas, como podemos observar a seguir:

Uma das contribuições mais influentes conceituou plataformas (por exemplo, consoles de videogames) como "mercados de dois lados"

(ROCHET; TIROLE, 2002). Os operadores da plataforma, neste caso, agregam, por um lado, compradores ou usuários finais (por exemplo, jogadores) e, por outro, vendedores ou editores de jogos. (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2019, p.3)

Um ponto importante para salientar neste estudo é diferenciar o que são plataformas e o que são redes sociais. Segundo d'Andréa (2020) as redes sociais focam nas interações e conexões entre usuários, destacando a dimensão relacional e as atividades sociais mediadas por tecnologias de comunicação, no texto o autor traz o exemplo do *Orkut*. Já as plataformas digitais além de facilitarem interações, elas condicionam e moldam essas interações de acordo com suas lógicas materiais (algoritmo), econômicas e sociais, influenciando ativamente os comportamentos e as relações dos usuários.

2.2 PLATAFORMIZAÇÃO

Quando consideramos o conceito de "plataformas", somos levados a refletir sobre o fenômeno mais amplo da "plataformização". Em vez de simplesmente encarmos as plataformas como entidades estáticas, é essencial compreender o processo dinâmico pelo qual ocorre a transição para uma plataforma.

Elucidando e expandindo no conceito de plataformização, Plantin et. all (2018) escrevem que, ao mesmo tempo que existe uma "plataforma de infraestrutura", existe uma "infraestrutura de plataforma". Ou seja, os autores argumentam que:

Possíveis as alternativas de menor custo, que são mais dinâmicas e mais competitivas em relação às infraestruturas de monopólio governamentais ou quase-governamentais, em troca de transferência de riqueza e responsabilidade para empresas privadas. Nessa transferência, as principais empresas de plataformas surgiram como os "equivalentes modernos dos monopólios ferroviários, telefônicos e de serviços elétricos do final dos séculos XIX e XX" (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2019, p. 3, apud PLANTIN et al., 2018, p. 306/307)

Poell, Nieborg e Van Dijck (2019) exploram e combinam diferentes perspectivas de plataformização com o intuito de fornecer uma descrição mais completa sobre o que é plataformização. É importante ter este olhar multidisciplinar pois como afirmam os autores:

[...] a literatura de estudos culturais sobre plataformas é muito extensa – variando de autorrepresentação e expressão sexual até as transformações das relações de trabalho e da cultura visual (BURGESS; MARWICK; POELL, 2017), não podemos fazer justiça em todo o seu alcance. Queremos enfatizar a importância de considerar as práticas dos usuários baseadas em plataformas ao analisar a plataformização. Um grande desafio em tais análises é traçar como as mudanças institucionais e as práticas culturais se articulam mutuamente. (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2019, p.4)

Focamos na plataformização dos jogos digitais, visto que o conteúdo presente na área acadêmica sobre plataformas e plataformização é muito abrangente. Aqui buscamos introduzir o assunto com a finalidade de analisar os artigos publicados no Grupo de Trabalho (GP) de *games* da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

A primeira perspectiva de plataformização é através dos estudos de softwares, estudando as plataformas dentro do contexto das redes e como o compartilhamento de dados molda esse campo de estudo. Anne Helmond é uma das principais pesquisadoras sobre a plataformização da web, a autora descreve:

O termo “plataformização” é utilizado para se referir à emergência da plataforma como modelo econômico e infraestrutural dominante da web social, bem como às consequências da expansão das plataformas de mídias sociais em outros espaços online. É central a esse processo a oferta de APIs, que tornam os sites de redes sociais em plataformas de mídias sociais. Para compreender esses efeitos, analisamos como as distintas condições de programabilidade de plataformas de mídias sociais possibilitam que tais plataformas se estendam pela web e formatem dados da web que lhe são externos. De modo mais claro, as plataformas promovem sua programabilidade para descentralizar a produção e recentralizar a coleta de dados. (HELMOND, 2019, p.61)

A evolução das mídias sociais como plataformas digitais está intrinsecamente ligada à história da *web* e à sua capacidade de ser programável. Como observado por Helmond (2015), os *websites* desempenharam um papel crucial ao possibilitarem a troca de dados, conteúdos e funcionalidades com terceiros através de abordagens como a separação entre conteúdo e apresentação, a modularização de conteúdo e funcionalidades, e a interface com base de dados.

Essas condições prévias de plataformização da *web* pavimentaram o caminho para a concepção das mídias sociais como uma “infraestrutura de dados”, conforme destacado por Nieborg e Helmond (2019). Nesse contexto, as diversas instâncias de

plataformas, exemplificadas pelo *Facebook Messenger* e o *Instagram*, não apenas demonstram a complexidade da infraestrutura de dados, mas também enfatizam como cada uma contribui para os limites de expansão da plataforma, estabelecendo conexões computacionais e econômicas com complementadores como desenvolvedores de conteúdo, empresas, produtores de conteúdo e anunciantes.

Fora da lógica de programação *web*, o conteúdo apresentado dentro das plataformas hoje também passa pelo mesmo processo de plataformização. Segundo Nieborg e Poell, (2018) o termo explica como diferentes setores da produção cultural dependem cada vez mais das plataformas. Música, filmes, jogos, turismo e outros foram profundamente afetados pelo *Spotify*, *Amazon Prime*, *Twitch*, *Airbnb* e similares. Essa ideia, aliada à discussão computacional de Helmond (2015), ajuda a entender a adaptação de modelos antigos e a rápida ascensão de projetos nativos da internet, todos dependentes das plataformas. Ao longo do texto, abordaremos mais sobre a plataformização dos produtos culturais, em específico os jogos digitais, que são o foco da pesquisa.

Contudo, a plataformização não se restringe apenas ao âmbito virtual, ou ligada a um aparato eletrônico. O conceito de "plataformização do social", introduzido por Van Dijck (2016) e destacado por Mintz (2019), amplia essa lógica das plataformas para além dos domínios das redes, abrangendo várias áreas econômicas e interações sociais. As plataformas passam a mediar essas interações de forma genérica ou específica para setores ou atividades, representando um alastramento significativo da influência das plataformas em diferentes esferas da vida social.

A plataformização da sociedade, como delineada por Van Dijck (2016) e Plantin et al. (2016), é caracterizada pela centralidade no conteúdo gerado pelo usuário, coleta de dados de comportamento e veiculação de publicidade. Além disso, as plataformas interagem e compartilham dados e recursos computacionais por meio de *APIs*, promovendo a padronização que garante interoperabilidade e fortalecendo determinadas plataformas em detrimento de outras. Isso tem levado a um oligopólio das plataformas dominado por grandes empresas como *Google*, *Facebook*, *Amazon*, *Apple* e *Microsoft*, não apenas por relações de propriedade, mas também por investimentos financeiros cruzados e pelo domínio de plataformas básicas sobre as quais outras são construídas.

Do lazer ao trabalho, das relações interpessoais até às estruturas econômicas, investigaremos como a plataforma se entrelaça em diversos aspectos da vida moderna. Agentes como a *Uber* plataformizaram o transporte público, *Airbnb* plataformizou a hospedagem, *Coursera* plataformizou o ensino e *Facebook* plataformizou as relações interpessoais, assim dataficando todos os movimentos dos cidadãos inseridos nas plataformas (Mintz 2019).

2.3 PLATAFORMIZAÇÃO DA SOCIEDADE

Para começarmos a entender a dimensão que a plataformização tomou e como sociedade está cada vez mais dependente delas, é importante entender o princípio base do qual as plataformas utilizam-se para prestar os serviços que hoje se propõem, a dataficação. Nieborg (2015) define dataficação como “a coleta sistemática e processamento algorítmico de dados do usuário”. Esse fenômeno ocorre na maioria de dispositivos que interagimos e nas relações interpessoais mediadas por plataformas.

Desta maneira, as infraestruturas de plataforma são integradas a um número crescente de dispositivos, desde smartphones e smartwatches até eletrodomésticos e carros autônomos. Essa infinidade de extensões das plataformas permite que os empresários transformem praticamente todas as instâncias de interação humana em dados: ranqueamento, pagamento, pesquisa, assistir conteúdos, dirigir, caminhar, conversas, amizades, namoro, etc. Esses dados são, então, processados algoritmicamente e, às vezes, sob condições rigorosas, disponibilizadas aleatoriamente para uma ampla variedade de atores externos (POELL, NIEBORG & VAN DIJCK, 2019, apud BUCHER, 2018; LANGLOIS & ELMER, 2013).

A dataficação também marca uma mudança significativa na produção cultural, distribuição editorial e no *marketing*, levando as práticas orientadas pela demanda, onde as commodities culturais são continuamente retrabalhadas e re-embaladas com base no feedback do usuário dataficados (Nieborg, 2015). Esses dados são obtidos através do rastreamento sistemático e perfilamento de bilhões de usuários pelas corporações, no Ocidente, as mais proeminentemente são *Google* (hoje *Alphabet*), *Apple*, *Facebook* (*Meta*) e *Amazon* (Van Dijck 2013), alimentam o direcionamento e personalização de conteúdo e publicidade em um crescente ecossistema de plataformas (Bechmann, 2013; Turow, 2011). Assim, as plataformas

online operam como 'mercados de múltiplos lados', conectando usuários finais com uma ampla variedade de complementares (Rieder & Sire, 2014).

Embora muitas dessas tendências atravessem as indústrias culturais, existem diferenças vitais entre elas. Os jogos digitais surgiram como commodities culturais dependentes de plataforma, enquanto as notícias historicamente foram independentes de plataforma. É apenas com o surgimento de editoras exclusivamente online que a produção de notícias está se tornando dependente dos dados e padrões tecnoeconômicos das plataformas GAFA. Da mesma forma, a produção e distribuição de vídeo tem sido incorporada em uma indústria de entretenimento bem estabelecida por quase um século antes que os processos de plataformação começassem a se manifestar. A música popular, por outro lado, se desenvolveu muito ao lado das plataformas de seu consumo. Assim, novas formas de consumo de música baseadas em plataforma provocam questões intrigantes sobre a evolução da música popular. Enquanto isso, o setor de moda/beleza oferece o caso em que muitos criadores de conteúdo e anunciantes passaram de sites independentes - blogs - para uma única plataforma de mídia social (Instagram) que se mostrou especialmente valiosa para vendas no varejo baseadas em dados. Estes e outros casos sugerem que cada instância de produção cultural, embora inserida na economia política das plataformas, segue uma trajetória distinta com diferenças vitais na forma como os processos de produção e circulação são reorganizados. (POELL, T., NIEBORG, D., DUFFY, B., PREY, R., & CUNNINGHAM, S. 2017)

Outro aspecto significativo influenciado pela plataformização é a transformação das relações econômicas. Antes da era digital, as interações comerciais costumavam ser unilaterais, com as empresas negociando diretamente com os clientes. No entanto, com a ascensão das plataformas, essas interações se tornaram bilaterais, com a plataforma intermediando as transações entre os usuários finais e uma ampla gama de terceiros (POELL, et al, 2019). Exemplos de mercados bilaterais são a *App Store*, dentro do *iOS* ou as lojas integradas aos consoles de jogos, como a *PlayStation Store*. Por um lado, o conteúdo está concentrado em poucas fontes de acesso, por outro, há um efeito de redes, como explicam os autores:

Uma plataforma de games que atrai muitos títulos e empresas de games torna-se mais atraente para os usuários e vice-versa. Mais usuários tornam uma plataforma mais atraente para empresas e anunciantes dos games, com esses últimos gerando mais renda, que pode ser usada para subsidiar conteúdo. (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2019, p.7)

Nesse processo, observamos um ciclo no qual o aumento do número de usuários em uma plataforma a torna mais atrativa para os vendedores, conseqüentemente atraindo mais pessoas interessadas em vender nessa

plataforma. Isso, por sua vez, atrai mais consumidores, gerando assim um ciclo contínuo de crescimento. Quando uma nova plataforma é rapidamente adotada por muitos usuários, produtores de conteúdo e anunciantes tendem a segui-la. No entanto, uma vez que os usuários e colaboradores são agregados em grande escala, torna-se difícil para outras plataformas entrarem no mercado ou para provedores de conteúdo ignorarem os monopólios de plataforma. Podemos observar isso no duopólio entre os sistemas *Android*, do *Google*, e *iOS* da *Apple*.

Outro ponto que vale a pena ser abordado aqui, é a governança que essas plataformas impõem sob seus usuários. D'Andrea (2020) descreve essa governança como: “um extenso conjunto de regras, procedimentos incorporados às interfaces, algoritmos, moderadores humanos etc. atuam para garantir que um “bom uso” dos serviços prevaleça”, tudo isso com a finalidade de estabelecer as regras, negociar as condutas identificar o que é ou não publicável dentro das plataformas.

Segundo Poell et. all (2018) Uma forma predominante de governança nas plataformas emerge através da utilização de algoritmos para classificação, favorecendo certos sinais de dados em detrimento de outros. Isso resulta na moldagem do tipo de conteúdo e serviços que se tornam proeminentes e visíveis, enquanto outros permanecem fora do alcance (referências). Além disso, as plataformas exercem controle sobre como os complementadores podem rastrear e direcionar os usuários finais, utilizando interfaces de programação de aplicativos (*APIs*), kits de desenvolvimento de software e serviços de dados (fontes).

Dois documentos são utilizados para realizar a governança de usuários dentro das plataformas, os “termos de serviço” e as “diretrizes da comunidade”. Documentos esses que boa parte das pessoas presentes dentro das plataformas ignoram. D'Andrea (2020 e Gillespie (2018) elucidam sobre os termos de serviço.

Um contrato que explicita os termos sob os quais o usuário e a plataforma interagem, as obrigações que os usuários devem aceitar como condição para sua participação, e os meios adequados para resolver uma disputa que venha a surgir. Trata-se de um documento com ênfase jurídica, que regula questões como propriedade intelectual e que, de forma estratégica, tenta proteger as plataformas de atitudes danosas praticadas por seus usuários (D'Andrea 2020 p.42)

Já as diretrizes da comunidade são normalmente escritas de forma mais casual e breve, explicando aos usuários a expectativa da plataforma em relação às atividades do usuário dentro daquele ambiente.

Temas diferentes e complexos como violência, obscenidade, assédio, discurso de ódio, atividades ilegais – uso de drogas ilícitas, por exemplo – e automutilação – incluindo suicídio – são mencionados em documentos genéricos que tentam não contradizer a retórica de neutralidade e liberdade sustentada pelas plataformas (GILLESPIE, 2018, p. 46).

Porém, essas práticas não são sempre efetivas para manter o controle da plataforma, requerendo a moderação de conteúdo para retirar e/ou banir conteúdos e pessoas fora das diretrizes da comunidade. Essa moderação pode ser feita automaticamente, através de algoritmos de filtragem a partir de palavras-chave ou características em imagens, ou através da filtragem manual, realizada por pessoas que analisam os conteúdos. Ainda, vale a pena ressaltar que as plataformas também esperam que o usuário tome ação, disponibilizando botões de denúncia.

Nesse processo distribuído de moderação de conteúdo, não raramente termos como “liberdade de expressão” e “censura” são usados para criticar restrições e para pressionar as plataformas em defesa de uma irrestrita circulação de conteúdos. Uma das consequências da adoção de políticas mais enfáticas de moderação pelas plataformas mais populares é a migração de adeptos de práticas extremistas para plataformas ancoradas no anonimato e com moderações menos rigorosas, como Reddit, 4chan e Gab. (D’Andrea, 2020, p44).

O último ponto que gostaria de abordar dentro da plataformização da sociedade é a plataforma de trabalho. O termo, conforme definido por Rafael Grohmann (2019), é um fenômeno complexo que reflete a penetração das plataformas digitais em diversas esferas da atividade laboral. Essa integração não se limita a um único setor, mas abrange uma variedade de atividades econômicas, moldando as relações de trabalho e influenciando a distribuição de valor na economia contemporânea.

Nesse contexto, as plataformas digitais não apenas mediam e organizaram o trabalho, mas também introduziram novas dinâmicas nas relações laborais, como subordinação tecnológica, medição de desempenho e flexibilização das condições de trabalho. Essas mudanças têm implicações significativas para os trabalhadores, que podem enfrentar precarização, perda de autonomia e insegurança no emprego.

O funcionamento também foge às lógicas de contratação e trabalho tradicionais. Não há um processo formal de contratação ou vagas pré-definidas,

bastando o cadastro do indivíduo para iniciar a atividade. Assim, o contrato de trabalho adquire uma nova configuração, assumindo a forma de um contrato de adesão. Apesar disso, as empresas têm tentado estabelecer sua presença em múltiplos setores e exercer controle sobre os trabalhadores. A relação de entre empresa e empregado se torna mais fluida, caracterizada pela falta de definições claras quanto à jornada, distribuição e valorização do trabalho. Frequentemente, as empresas se apresentam meramente como facilitadoras da conexão entre oferta e demanda, buscando serem percebidas como mediadoras neutras, muitas vezes se auto-intitulando empresas de tecnologia. No entanto, detêm o poder de estabelecer e modificar as regras do jogo de forma não explícita: controlam a alocação do trabalho, sua remuneração, bem como a inclusão e exclusão de trabalhadores nas plataformas.(Abilio, Amorim e Grohmann, 2021)

2.4 PLATAFORMIZAÇÃO DOS JOGOS

A plataformização da produção cultural em jogos refere-se ao crescimento intrínseco das plataformas digitais nos jogos e como eles são desenvolvidos, distribuídos e consumidos. Desde os primeiros consoles dedicados até as atuais lojas de aplicativos móveis, as plataformas têm desempenhado um papel central na configuração da indústria de jogos. Essas plataformas não apenas fornecem o ambiente para os jogos existirem, mas também moldam as práticas de desenvolvimento, os modelos de negócios e até mesmo os padrões estéticos dos jogos. Através da análise da plataformização, é possível compreender melhor as dinâmicas econômicas, tecnológicas e culturais que impulsionam a produção e circulação de jogos digitais.

Atualmente, quando falamos de jogos digitais, a plataformização é intrínseca ao assunto, segundo David B. Nieborg (2017) “Este sistema é dependente da plataforma no sentido de que não é portátil e requer uma plataforma de *hardware* dedicada para executar as várias sub-rotinas ou códigos para os usuários interagirem com o *software* do jogo.”

Assim como Gillespie (2010) utiliza-se de diversos conceitos de plataforma para a construção do conceito como conhecemos, a plataformização dentro de um

jogo pode ser realizada em diferentes etapas, desde a sua produção, até a distribuição e o produto em si.

A primeira instância da plataformização no games delas é como a base para o desenvolvimento de jogos, também conhecidas como *Engines*.

Nicoll e Keogh argumentam que um motor de jogo é uma ferramenta de software que permite a criação de conteúdo digital interativo (principalmente, mas não exclusivamente, videogames), e um framework de código que permite que esse conteúdo seja executado em vários dispositivos, incluindo smartphones, consoles e tecnologias de realidade virtual. (CHIA, A. & KEOGH, B. & LEORKE, D. & NICOLL, B. 2020 APUD, NICOLL E KEOGH, 2019)

Empresas maiores trabalham com plataformas próprias para desenvolvimento como a Rockstar Advanced Game Engine e a Creation Engine da Bethesda. Porém para as empresas menores de desenvolvimento de jogos, *indies* e desenvolvedores solo existem opções que podem ser licenciadas, como *Unreal Engine*, da *Epic Games* e a *Unity*, cada plataforma tem suas próprias condições de uso e um valor de licenciamento. Aqui, vale a pena destacar a plataforma *Twine*, que é uma plataforma de código aberto para a criação de jogos em HTML que podem ser distribuídos gratuitamente. “Twine não foi simplesmente usado como uma plataforma de criação de jogos, mas, mais especificamente, foi aproveitado como uma ferramenta para a plataformização de comunidades informais de criação de jogos”, descrevem Chia, A. & Keogh, B. & Leorke, D. & Nicoll, B. (2020) . Junto à plataforma de desenvolvimento, há também a plataforma na qual o jogo será executado, que vai desde sistema operacional, como *Windows*, *MacOS*, *Linux*, *Android*, *iOS*, até aparelhos dedicados a jogos, como *Xbox*, *Playstation* e *Nintendo*.

Outra forma de interpretar a plataformização dentro da indústria de jogos digitais é como uma plataforma onde jogos são comprados e atualizados digitalmente. Os maiores exemplos hoje são *Steam* e *Epic Games*. Anne Mette Thorhauge (2021) coloca a *Steam* atualmente como:” em menor grau no negócio de fazer e vender jogos, e em maior grau no negócio de tributar transações entre vendedores e compradores em sua plataforma.” Isso se dá ao fato das taxas cobradas nas transações dentro da plataforma. A *Steam*, segundo a documentação do *Steamworks*, retém até 30% do valor total do jogo comercializado dentro da plataforma, além de uma taxa de 100 dólares para cada jogo publicado, que só é reembolsada caso o jogo tenha 100 dólares de receita bruta. Já na *Epic Games*, o

desenvolvedor retém 88% do valor de seu jogo e pode reter até 100% do valor caso o desenvolvedor deixe seu jogo exclusivo na plataforma durante seis meses. Ainda, dentro dessas plataformas há uma parte social, servindo como uma rede social para que os jogadores se conectem em jogos *online* e *multiplayer*. Ainda sobre as plataformas de distribuição, é importante apontar que algumas desenvolvedoras possuem suas próprias plataformas, como a *Activision Blizzard*, na forma da *Battle.net*, a *EA* com o *EA App* entre outras, além de umas plataformas de vendas menores, como o *GOG.com* (*Good Old Games*) que foi concebido como uma plataforma voltada a jogos antigos. Um problema latente sobre a aquisição digital de jogos é quando o suporte à plataforma é encerrado. William Zeferino descreve a situação da *Nintendo* em 2014 e subseqüentemente em 2022:

Em 2014, a Nintendo encerrou o serviço online e para os consoles Nintendo Wii e Nintendo DS (NINTENDO, 2014). Dessa forma, todos os games que tem a função de jogar online não estão mais acessíveis. Ademais, há games que se tornaram obsoletos com o encerramento das aplicações online, pois o jogo depende totalmente da internet para poder usufruí-lo. O Miiverse, por exemplo, foi um serviço de rede exclusivo para o Nintendo Wii U e Nintendo 3DS, nas quais os jogadores poderiam interagir e compartilhar experiências entre si e outros e que sua aplicação foi encerrada pela Nintendo em 2017, tornando a sua funcionalidade totalmente obsoleta (NINTENDO, 2017). Além disso, em fevereiro de 2022 a Nintendo anunciou que encerrará a eShop, plataforma de jogos digitais nos consoles Nintendo Wii U e Nintendo 3DS. Isso fará com que não seja mais possível comprar e baixar jogos pelo serviço. Segundo o site da Nintendo, na seção de perguntas frequentes, esta decisão aconteceu, porque “faz parte do ciclo de vida natural de qualquer linha de produtos, pois ela se torna menos utilizada pelos consumidores ao longo do tempo. (WILLIAM ZEFERINO, 2022, P31).

Finalizando, há a plataformização dos jogos em si, sejam os jogos *free-to-play* que implementam algum tipo de mecânica de monetização, microtransações e passes de batalha ou jogos como serviço, como os jogos por assinatura. David Nieborg contextualiza o cenário que possibilitou a plataformização dos jogos:

A natureza modular dos jogos como software, combinada com a capacidade mais recente de distribuir digitalmente o conteúdo dos jogos, permite aos desenvolvedores e publicadores de jogos experimentar formas de estender, alterar e atualizar os jogos após o lançamento. (DAVID B. NIEBORG, PROLONGING THE MAGIC: THE POLITICAL ECONOMY OF THE 7TH GENERATION CONSOLE GAME, P.47-63,2014)

Assim, a lógica de produção de jogos digitais deixou de ser focada em entregar um produto pronto no lançamento e passou para entregar o que é possível e atualizar o produto durante o tempo. Assim, desenvolvedoras integraram

totalmente estratégias de monetização pós-lançamento no núcleo de seus canais de produção e publicação para combater a pirataria e estender a vida útil de um jogo (David B. Nieborg, 2017). David Nieborg, 2017 ainda argumenta que a lógica de produção mudou de uma lógica voltada ao design de produto e passou a uma lógica de design de serviço. Jogos free-to-play e jogos por assinatura compartilham da necessidade constante de atualizações com a finalidade de manter o jogador engajado e continuar vendendo. Já jogos com o modelo tradicional de venda, onde o jogador compra o produto apenas uma vez, é do interesse da empresa que desenvolve o jogo lançar conteúdos extras, no formato de *DLC* (conteúdo baixável em tradução direta) para manter o game relevante e angariar novos jogadores. Segundo Nieborg (2017), editores líderes como *Electronic Arts* e *Activision Blizzard* implementaram estratégias de monetização pós-lançamento para prolongar a vida útil dos jogos e combater a pirataria. Isso leva os desenvolvedores a explorarem o rastreamento das compras e comportamentos dos jogadores para otimizar a produção com base em dados. Essa abordagem, transformou o desenvolvimento de jogos em um processo orientado por números, visando maximizar o envolvimento dos jogadores e evitar desperdício de recursos em elementos menos eficazes. Essa mudança é vista como uma evolução natural na comercialização dos jogos, em vez de uma mudança radical.

Por último, os jogos digitais têm se revelado não apenas como formas de entretenimento, mas também como plataformas poderosas para a discussão e exploração de temas importantes. Através de simulações especulativas e narrativas imersivas, os jogos podem oferecer aos jogadores a oportunidade de refletir sobre questões sociais, culturais e individuais. Ao incentivarem o pensamento crítico e a reflexão, os jogos podem desempenhar um papel significativo na promoção de discursos não-hegemônicos e na busca por mudanças sociais (Soares & Petry, 2016). Com um design cuidadosamente planejado e uma narrativa bem construída, os jogos têm o potencial de serem ferramentas eficazes para explorar e abordar uma variedade de temas, contribuindo assim para um diálogo mais amplo dentro da cultura contemporânea e além.

Sabendo de todas as etapas da plataformização, podemos pensar em um cenário com a lógica de produção atual. Primeiro o desenvolvedor precisa escolher um sistema operacional (plataforma) para lançar seu jogo, entre *PC/Mac/Linux*, *Xbox/Playstation/Nintendo* e *Android/iOS*. Depois precisa escolher uma *Engine*

(plataforma) que utilizará de base para o jogo. Com o jogo pronto, é a hora de decidir em qual loja digital (plataforma) que o jogo será lançado, isso depende de qual sistema o jogo foi projetado para rodar. Concluindo, o produto é em si uma plataforma, podendo ser desde uma plataforma de interação social, como um jogo online, até uma plataforma com circulação monetária, que pode ser tanto entre o jogador e a plataforma quanto entre jogadores.

3 ANÁLISE

Partindo da definição dos conceitos de "plataforma" e "plataformização" e em comum acordo das implicações que esses termos têm no âmbito da indústria de jogos, este estudo se direciona para o ponto central da pesquisa, analisar as discussões presentes na comunidade acadêmica brasileira acerca da plataformização dos jogos e sua influência na indústria.

Como mencionado anteriormente, esta pesquisa concentra-se na análise dos trabalhos publicados no Grupo de Pesquisa (GP) 20 da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), que se dedica ao estudo do campo dos jogos. Nosso método de pesquisa consistirá em realizar um levantamento bibliográfico dos textos que abordam as plataformas e/ou a plataformização como o ponto central de discussão, assim construindo um bom panorama do que se discute referente à este assunto.

3.1 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Antônio Carlos Gil (2022) define a pesquisa bibliográfica como aquela que se baseia em material já publicado, seja ele impresso ou eletrônico, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos, sendo este o foco de nossa pesquisa.

Fonseca (2002) descreve a pesquisa bibliográfica como:

A partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem porém pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (FONSECA, 2002, p. 32).

Assim como descrito por Fonseca, este trabalho tem como objetivo reunir o que há de informações sobre a plataformização dos jogos, sob a ótica acadêmica brasileira e assim construir um panorama sobre o que está sendo discutido desta temática. Sousa, Oliveira e Alves complementam o conceito de Fonseca a partir da realização da pesquisa.

A pesquisa baseia-se no estudo da teoria já publicada, assim é fundamental que o pesquisador se aproprie do domínio da leitura do conhecimento e

sistematize todo o material que está sendo analisado. Na realização da pesquisa bibliográfica o pesquisador tem que ler, refletir e escrever sobre o que estudou, se dedicar ao estudo para reconstruir a teoria e aprimorar os fundamentos teóricos (SOUSA, A. S.; OLIVEIRA, S. O.; ALVES, L H. 2021, p.66)

Nossa pesquisa se baseia nos anais da Intercom do GP de games, que são classificados como fontes primárias. “Fontes primárias: são informações do próprio pesquisador, bibliográfica básica. Exemplos: artigos, teses, anais, dissertações, periódicos e outros” (SOUSA, A. S.; OLIVEIRA, S. O.; ALVES, L H. 2021, p.67). Antônio Carlos Gil os define os periódicos científicos na pesquisa bibliográfica como:

Os periódicos constituem o meio mais importante para a comunicação científica. Graças a eles é que se torna possível a comunicação formal dos resultados de pesquisas originais e a manutenção do padrão de qualidade na investigação científica. A maioria dos periódicos atualmente é disponibilizada em meio eletrônico, o que facilita sua consulta. (GIL, 2022, p. 63).

Assim, ao seguir os princípios da pesquisa bibliográfica delineados por Gil (2022), Fonseca (2002) e Sousa, Oliveira e Alves (2021), este trabalho busca não apenas reunir informações sobre a plataformização dos jogos, mas também contribuir para o avanço do conhecimento acadêmico nessa área, mediante uma análise crítica e fundamentada a partir das publicações no GP de games da Intercom.

A partir da seleção do GP de Games da Intercom, faremos uma seleção preliminar dos trabalhos, escolhendo aqueles que abordam a temática através das palavras-chave e do título contendo os seguintes termos:

PLATAFORMAS; PLATAFORMAS DIGITAIS; PLATAFORMIZAÇÃO;
PLATAFORMIZAÇÃO DOS JOGOS; JOGOS; JOGOS DIGITAIS; VIDEO-GAMES;

Após a seleção inicial, passaremos para uma leitura prévia e rápida para constatar se o trabalho está alinhado com o que pretendemos pesquisar e encaixar-se na temática desejada, como Antônio Carlos Gil descreve no capítulo 5 de “Como Elaborar um Projeto de Pesquisa”. Contudo, um trabalho pode apresentar a temática das plataformas totalmente separada dos jogos digitais, ou não abordar a plataformização em jogos digitais, assim sendo descartado da nossa pesquisa. Após a seleção, passaremos para uma leitura mais aprofundada em conjunto com anotações para facilitar a análise depois.

Após a conclusão desta leitura, será possível identificar: 1. a natureza do estudo; 2. outros artigos com que se relaciona; 3. as bases teóricas utilizadas para analisar o problema; 4. a validade de suas premissas; 5. a clareza da redação; e 6. as principais contribuições do artigo (KESHAV, 2016). De posse dessas informações, torna-se possível decidir se a leitura deverá ser interrompida ou não. Poderá ser interrompida se o artigo não for reconhecido como relevante para os propósitos da pesquisa que está sendo realizada. Ou se tem importância reduzida a ponto de as informações obtidas se mostrarem suficientes para determinar o alcance de sua contribuição. Isso porque há artigos em que fica claro já nessa leitura seletiva que sua importância se restringe à identificação de alguns aspectos, como a modalidade de pesquisa, os métodos empregados ou seus principais resultados - o que não significa necessariamente que o artigo não tenha qualidade. (GIL, 2022, p. 67).

Finalizaremos com a análise aprofundada dos textos com base nos conceitos apresentados no capítulo anterior.

3.2 INTERCOM

A Intercom, ou por extenso, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação é uma instituição sem fins lucrativos, voltada à troca de conhecimento entre pesquisadores e profissionais atuantes no mercado da comunicação. A entidade autodescreve seu propósito como:

A entidade estimula o desenvolvimento de produção científica não apenas entre mestres e doutores, mas também entre alunos e recém-graduados em Comunicação, oferecendo prêmios como forma de reconhecimento aos que se destacam nos eventos promovidos pela entidade. (Site Intercom)

A Intercom foi estabelecida em 1977 e realiza encontros periódicos, simpósios e um congresso nacional, recebendo uma média de 3,5 mil pessoas anualmente, entre pesquisadores e estudantes do Brasil e do exterior. O evento, sediado em cidade escolhida pelos sócios no ano anterior, é precedido de cinco congressos regionais. Ainda, são responsáveis pelo lançamento de livros e revistas especializadas em Comunicação, assim incentivando o compartilhamento de pesquisas e informações de forma interdisciplinar dentro dos estudos de Comunicação.

O GP de games da Intercom foi criado em 2016 e tem como foco os processos midiáticos, materiais, históricos e políticos dos jogos e das brincadeiras. O GP trabalha com video games, jogos de tabuleiro, de cartas, brincadeiras de rua e fenômenos híbridos em suas dimensões estrutural ou cultural.

Com base no hibridismo entre os campos da Comunicação e dos Game Studies, nos interessa pensar os jogos como agentes relevantes para a formação do tecido social, contemplando tanto suas especificidades formais e materiais quanto a repercussão política, social, econômica e industrial de sua produção e consumo. (Site Intercom)

Atualmente Ivan Mussa Tavares Gomes, Professor Adjunto do Departamento de Mídias Digitais (DEMID/UFPB) e professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB), ambos na Universidade Federal da Paraíba, atua na Coordenação do GP, em conjunto com José Messias, Professor Adjunto do Curso de Comunicação Social/Jornalismo e do Programa de

Pós-Graduação em Comunicação e da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), vice-coordenador do GP.

Assim, o GP *Games* aborda a análise dos jogos como formas de comunicação, com foco em suas características mecânicas, técnicas e narrativas, nas dinâmicas de jogo, nos dispositivos e interfaces utilizados, assim como nas interações sociais e políticas que influenciam e moldam esse universo.

Desde o início do GP, em 2016, e ao longo do período compreendido entre 2016 e 2023, foram publicadas um total de 210 pesquisas nos anais dos oito congressos em que o Grupo de Trabalho esteve presente.

Dos 210 trabalhos apresentados, apenas 7 pesquisas falam, em algum sentido, sobre a plataformização intrínseca aos jogos digitais, sendo ou relacionada à produção, distribuição, internamente na sua estrutura ou a transformação dos jogos em alguma plataforma. Ainda assim, o GP possui um outro trabalho que aborda a “auto-apresentação” de jogadores de *Overwatch* na plataforma *Fiverr*, e deixa de abordar as interações entre jogadores dentro de jogo em si, ou como essa prática contribui para plataformização de *Overwatch*. Escolhemos então, deixar esta pesquisa de fora do estudo.

Desta forma, percebemos que pouco é abordado sobre a plataformização e jogos como plataforma na Intercom, sendo os trabalhos que abordam a temática os seguintes, separados por ano de apresentação no GP, título, palavras-chave e autor/autores. São eles:

Ano: 2016

Título: Ludificação do Tinder: Como a Plataforma de Interação Social Incorporou Elementos Constitutivos dos Games

Palavras-chave: TECNOLOGIAS, LUDIFICAÇÃO, GAMIFICAÇÃO, IMERSÃO, TINDER

Autor: Fernanda Angelo Constantino e Emmanoel Ferreira

Ano: 2017

Título: Serialização nos Games: A Narrativa Seriada nos Jogos da Série Resident Evil

Palavras-chave: GAMES, NARRATIVA SERIADA, RESIDENT EVIL, PLATAFORMAS DIGITAIS

Autor: Mateus Kerr de Barros

Ano: 2020

Título: Entendendo os Gachas: Design, Capitalismo de Plataforma e Jogos de Azar

Palavras-chave: GAMES, GACHAS, CAPITALISMO DE PLATAFORMA, JOGOS DE AZAR, MICROTRANSAÇÕES

Autor: Tristan Lima Carneiro e Thiago Falcão

Ano: 2022

Título: Jogos como Plataformas para Discursos Não-Hegemônicos: O Caso de A Mortician's Tale e o Movimento Death Positive

Palavras-chave: JOGOS INDEPENDENTES, GAME ANALYSIS, GAME STUDIES, DEATH POSITIVE

Autor: Marcella Migliorini e Nilson Valdevino Soares

Ano: 2022

Título: Menos que um Jogo: A Relação entre Estrutura Produtivista e Aplicações Educacionais da Plataforma Roblox

Palavras-chave: JOGOS E EDUCAÇÃO, PRODUTIVISMO, CONSTRUTIVISMO, PLATAFORMIZAÇÃO

Autor: Schneider Souza e Ivan Mussa

Ano: 2023

Título: IAs Generativas no Modding de Plataformas de Jogos Digitais

Palavras-chave: MODDING, INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, JOGOS DIGITAIS,

GAME DEVELOPMENT, PLATAFORMAS

Autor: Hugo Pereira Andrade

A partir desses textos, será possível realizar uma análise abrangente sobre os estudos de plataformas e plataformização no cenário de pesquisa brasileiro, examinando a evolução das abordagens, identificando tendências emergentes e compreendendo o impacto dessas plataformas nas áreas de comunicação.

3.3 - ANÁLISES

3.3.1 Ludificação do Tinder: Como a Plataforma de Interação Social Incorporou Elementos Constitutivos dos Games

Nesse texto, os autores Fernanda Angelo Constantino e Emmanoel Ferreira, ao invés de falar da plataformização de um jogo, invertem e falam da gamificação de uma plataforma, no caso, a plataforma de relacionamentos e encontros Tinder. Constantino e Ferreira trazem duas definições de gamificação. De acordo com HUNTER; WERBACH Apud CONSTANTINO; FERREIRA 2016 “O processo de ludificação ou gamificação consiste no “uso de elementos de jogos e técnicas de game-design em contextos de não-jogos”. A outra definição é fornecida por Zichermann e Cunningham.

Um sistema gamificado é aquele que coloca o usuário como jogador e se utiliza de estímulos intrínsecos dos jogos, como competição ou cooperação, e extrínsecos, como pontuação e níveis, para sua formação. Em resumo, para os autores, gamificação é o “processo de utilização de pensamento lúdico (game-thinking) e de mecânicas dos jogos para engajar usuários e resolver problemas” (ZICHERMANN; CUNNINGHAM Apud CONSTANTINO; FERREIRA 2016).

No texto, a partir da conceitualização da gamificação, os autores relacionam aos mecanismos integrados à plataforma e como esses elementos moldam o funcionamento do *Tinder*.

O aplicativo funciona como um mediador de encontros, cruzando dados pessoais, obtidos a partir da rede social Facebook, com a localização do usuário, obtida através do GPS do aparelho. A Partir disso, o programa sugere uma série de outros usuários que possuem interesses em comum e

que estejam localizados próximos um do outro. O participante, então, sinaliza se gostou ou não da opção sugerida e vai passando de usuário a usuário, sem saber se o outro gostou ou não dele. Apenas quando ambos se gostam, o aplicativo avisa “*It’s a Match*” e os dois usuários podem começar a conversa. (CONSTANTINO; FERREIRA, p.7, 2016)

A gamificação começa então nos aspectos de constituir um perfil atraente, que dentro do limite de palavras e fotos da plataforma, consiga convencer o outro usuário a dar um “*like*”, sendo o “*match*” um dos principais objetivos de quem o utiliza. Ainda, na parte da conversa, há o desafio de se demonstrar interessante para a outra pessoa e conseguir conduzir uma conversa.

Para começarmos a analisar o *Tinder* como plataforma, podemos encaixá-lo primariamente na definição escrita por Poell, Nieborg e Dijck (2019).

Infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados. Nossa definição é um aceno para os estudos de software, apontando para a natureza programável e orientada por dados das infraestruturas das plataformas, reconhecendo os insights da perspectiva dos estudos de negócios, incluindo os principais stakeholders ou “lados” nos mercados de plataforma: os usuários finais e os complementadores. (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2019, p.4)

Por fim, segundo os autores, com base nos dados fornecidos pelos desenvolvedores do aplicativo, em média, os usuários acessam o programa aproximadamente 11 vezes diariamente, permanecendo conectados por cerca de sete minutos em cada sessão. No Brasil, a quantidade de matches diários atinge um milhão, enquanto os perfis são avaliados 100 milhões de vezes por dia. Esses números destacam a possibilidade de a plataforma gerar uma sensação de vício e entretenimento para seus usuários, mostrando assim outro ponto abordado anteriormente, como a dataficação do usuário, apontado por POELL, NIEBORG & VAN DIJCK.

Desta maneira, as infraestruturas de plataforma são integradas a um número crescente de dispositivos, desde smartphones e smartwatches até eletrodomésticos e carros autônomos. Essa infinidade de extensões das plataformas permite que os empresários transformem praticamente todas as instâncias de interação humana em dados: ranqueamento, pagamento, pesquisa, assistir conteúdos, dirigir, caminhar, conversas, amizades, namoro, etc. Esses dados são, então, processados algoritmicamente e, às vezes, sob condições rigorosas, disponibilizadas aleatoriamente para uma ampla variedade de atores externos (POELL, NIEBORG & VAN DIJCK, 2019, apud BUCHER, 2018; LANGLOIS & ELMER, 2013).

Contudo, apesar do texto apresentar a temática de plataformas e jogos digitais, não fala sobre a plataformização de um jogo e foca-se na gamificação de uma plataforma. Por mais que o termo plataformização implique na adaptação de um jogo para ser utilizado em diferentes plataformas, os autores Constantino e Ferreira exploram como elementos de jogos são incorporados em plataformas não-jogáveis, transformando o comportamento e a interação dos usuários de maneiras significativas.

3.3.2 Serialização nos Games: A Narrativa Seriada nos Jogos da Série Resident Evil

No presente trabalho, o autor Mateus Kerr de Barros analisa, sob a óptica dos jogos digitais, o conceito de serialização construído por Arlindo Machado em *A Televisão Levada a Sério* (2000).

Segundo Machado apud. Barros (2017), há três tipos de serialização, o terceiro mantém apenas a temática geral das histórias, exemplificado pela série *"Grand Theft Auto"*, onde cada jogo apresenta personagens e tramas diferentes, mas com o protagonista sempre cometendo crimes em uma cidade fictícia. O segundo tipo de serialização, comum em videogames, é onde cada jogo tem uma história completa e independente, mas com personagens recorrentes, como na série *"The Legend of Zelda"*. O primeiro tipo de serialização, típico das séries de televisão, apresenta uma narrativa contínua ao longo dos capítulos, sendo adotado nos jogos analisados, como *"Asura's Wrath"*, *"The Walking Dead"* e *"Resident Evil Revelations 2"*.

Nos jogos analisados, que se enquadram no primeiro tipo de serialização, os episódios são estruturados de maneira semelhante a uma série de TV. Cada episódio conclui com uma animação que dá um vislumbre do próximo capítulo, e o seguinte começa com um breve flashback dos eventos anteriores. Além disso, cada episódio encerra com créditos finais.

De acordo com Barros (2017), apesar da abordagem narrativa inovadora, a Capcom recebeu críticas pela forma como comercializou *Asura's Wrath*, lançado em 24 de fevereiro de 2012. Vendido por aproximadamente 65 dólares, a versão inicial incluía somente os três primeiros capítulos, com o quarto capítulo, "Nirvana", sendo

disponibilizado em junho como uma DLC paga. Enquanto o mercado japonês aceitou bem essa prática, os fãs americanos criticaram o fato de terem que pagar mais por um jogo que não estava completo. Assim, o primeiro jogo de sucesso neste formato foi "The Walking Dead" da Telltale Games, lançado em 24 de abril de 2012, dividido em cinco episódios lançados mensalmente. Inspirado na série de TV, o jogo ofereceu uma história adicional e gerou grande expectativa. Os fãs debatiam suas escolhas em um site dedicado, pois estas afetam o desfecho do jogo.

A comercialização deste tipo de jogos se popularizou em conjunto com a popularização da plataformização da distribuição de jogos, as lojas virtuais, como Xbox Live e PlayStation Network, sendo descrito por Barros (2017) como:

Outra estratégia de divulgação da empresa que impulsionou as vendas foi a de disponibilizar o primeiro episódio do jogo The Walking Dead de forma gratuita no dia do seu lançamento para os assinantes da plataforma digital Live nos consoles Xbox 360 e Xbox One. Em outubro de 2013, a PSN, dos consoles PS3 e PS4, também passou a possibilitar o download gratuito do primeiro capítulo. (BARROS, p.6, 2017)

Nieborg (2014) descreve o funcionamento da plataformização dos mercados de jogos digitais:

A natureza modular dos jogos como software, combinada com a capacidade mais recente de distribuir digitalmente o conteúdo dos jogos, permite aos desenvolvedores e publicadores de jogos experimentar formas de estender, alterar e atualizar os jogos após o lançamento. (DAVID B. NIEBORG, PROLONGING THE MAGIC: THE POLITICAL ECONOMY OF THE 7TH GENERATION CONSOLE GAME, P.47-63,2014)

No entanto, este tipo de distribuição traz vantagens e desvantagens. Por um lado, o custo para adquirir um jogo é menor, como por exemplo o custo de R\$ 12,99 por episódio de *Resident Evil Revelations 2*, sendo 4 ao total, em comparação com o preço cheio de *Resident Evil 7* em seu lançamento, que foi de R\$ 250. Por outro lado, há uma espera, às vezes considerável, para poder ter a experiência completa do jogo. Enquanto a espera para a experiência completa de *Resident Evil Revelations 2* foi de aproximadamente um mês, *Resident Evil 7* teve todo seu conteúdo (exceto DLCs) disponibilizado no dia do lançamento. Para *The Walking Dead*, a espera foi ainda maior, demorando 7 meses para a experiência completa. Contudo, segundo as entrevistas de Barros, apenas 3,9% dos 385 entrevistados preferem este tipo de divisão narrativa e distribuição de jogos.

Em conclusão, a análise detalhada da narrativa serializada em jogos digitais revela não apenas seu potencial para envolver os jogadores em histórias cativantes, mas também os desafios inerentes à sua implementação. Embora ofereça uma forma inovadora de contar histórias e explorar novas maneiras de distribuir conteúdo, o modelo de episódios pode gerar controvérsias relacionadas à comercialização e à experiência do jogador. A evolução das plataformas de distribuição digital tem sido fundamental para impulsionar essa tendência, ao mesmo tempo em que a preferência dos jogadores por experiências completas e contínuas sugere a importância de uma abordagem equilibrada. Portanto, a compreensão das dinâmicas por trás da narrativa serializada é essencial para os desenvolvedores que buscam criar experiências envolventes e satisfatórias para os jogadores no cenário dos jogos digitais contemporâneos.

3.3.3 Entendendo Os Gachas: Design, Capitalismo De Plataforma E Jogos De Azar

No artigo "Explorando os Gachas: Design, Economia de Plataforma e Elementos de Azar nos Jogos", Tristan Lima Carneiro e Thiago Falcão discutem a origem e evolução da mecânica "*gacha*" nos videogames. Eles destacam como essa mecânica transformou os jogos em plataformas que encorajam os jogadores a investirem em troca de itens aleatórios, criando uma dinâmica semelhante à dos cassinos.

CARNEIRO e FALCÃO (2020) definem *gachas* como máquinas que vendem brinquedos de plástico aleatoriamente, popularizadas no Japão como "*gashapon*". Em jogos *gacha*, os jogadores não compram um item específico, mas sim a chance de obtê-lo, sem saber exatamente o que receberão. Essa mecânica é semelhante às "*loot boxes*" em alguns videogames, onde os jogadores pagam por um pacote com chances de receber itens, lembrando a dinâmica dos jogos de azar.

Contudo, essa abordagem vem com diversas problemáticas:

Primeiro desestabiliza o ambiente de jogo, rompendo com suas regras a partir de um simples movimento de monetização, que permite que um jogador evolua imediatamente dependendo de quanto dinheiro este esteja disposto a investir na plataforma; depois agem de forma perigosa sobre o indivíduo, se utilizando de inscrições em seu design que guiam fortemente a

experiência do usuário para que esta seja o mais duradoura o possível. Como Schull percebe, discutindo um aspecto mais sistemático do gambling, “The aim is not only to speed up play, but to extend its duration”. (CARNEIRO; FALCÃO, p.5, 2020)

Ainda, os autores resgatam um conceito útil a respeito dos *gacha*, o *dark game design*, ou *game design* obscuro, termo utilizado para descrever estratégias de design de jogos que são intencionalmente manipulativas ou exploratórias, muitas vezes com o objetivo de gerar comportamentos específicos nos jogadores, como vício, compulsão ou frustração. Essas técnicas podem incluir elementos como recompensas intermitentes, mecânicas de jogabilidade que incentivam gastos excessivos de dinheiro ou tempo, ou até mesmo a manipulação psicológica para influenciar as decisões dos jogadores.

Dessa forma, os jogos assumem o papel de plataformas de entretenimento que, apesar de baseadas em elementos dos videogames, distorcem o propósito da diversão, provocando comportamentos específicos por meio da introdução de mecânicas de jogos de azar.

Em última análise, a pesquisa de Carneiro e Falcão destaca a importância de considerar as implicações éticas e psicológicas das mecânicas de *gacha* em plataformas de jogos. Ao reconhecer que essas práticas podem distorcer o propósito da diversão, é crucial que os desenvolvedores e as próprias plataformas adotem medidas responsáveis para garantir que a experiência do usuário seja enriquecedora e não prejudicial. A conscientização sobre o *dark game design* e a regulação adequada podem ajudar a proteger os jogadores e promover um ambiente de jogo mais justo e saudável, preservando, assim, a integridade e a autenticidade das plataformas de entretenimento digital.

3.3.4 Jogos como Plataformas para Discursos Não-Hegemônicos: O Caso de A Mortician’s Tale e o Movimento Death Positive:

Neste texto, os autores Marcella Migliorini e Nilson Valdevino Soares, trazem os jogos como plataformas para apresentar e debater um discurso, ideia ou opinião. Com base no conceito de objetos evocativos definidos por Turkle (2007), onde um objeto atua como potencializador da compreensão sobre o mundo e nós mesmos; e

jogos evocativos, definido por Soares e Petry (2016), são jogos que estabelecem vínculos emocionais e significativos com os jogadores, de forma semelhante aos vínculos que são formados com objetos evocativos. Assim, jogos tem o poder de influenciar os jogadores dentro de contextos culturais e sociais específicos e os desenvolvedores podem usar dessa mídia para para desafiar o status quo e destacar questões sociais, tornando os jogos ferramentas poderosas de comunicação e mudança social.

Através da *game analysis*, Migliorini e Soares apresentam o jogo "*A Mortician's Tale*", que explora a indústria funerária dos Estados Unidos e o movimento "*Death Positive*". O movimento promove a aceitação e o diálogo aberto sobre a morte, desafiando tabus culturais, defende práticas funerárias sustentáveis, acessíveis e personalizadas, respeitando o meio ambiente e os direitos das famílias. Criado por Caitlin Doughty e *The Order Of The Good Death*, o movimento busca educar o público sobre alternativas à indústria funerária tradicional, com foco em transparência, justiça social e bem-estar tanto dos enlutados quanto dos profissionais da área.

Assim, o jogo assume o papel de plataforma como uma base para discursos não-hegemônicos, (algo não-hegemônico refere-se a práticas, ideias ou grupos que não dominam a sociedade, existindo à margem ou em oposição ao poder dominante. Eles desafiam as normas estabelecidas e promovem diversidade, questionando a autoridade do grupo hegemônico, assim como descrevem Soares e Petry, 2016.

Os jogos digitais têm a possibilidade de atuar como simulações especulativas de outros mundos e de nossa realidade. Constituem-se ferramentas de exploração do eu, de nossa sociedade e dos laços que formamos. Estando conectados à nossa cultura contemporânea, podemos, através deles, aprender mais sobre o homem em si, bem como seu tempo (SOARES; PETRY; 2016).

Em suma, o texto descreve como um jogo digital como produto cultural pode se tornar uma plataforma para a propagação de discursos e ideias. Os autores acreditam fortemente que os jogos *indies*, ou seja, aqueles desenvolvidos por estúdios menores e com orçamento inferior, são uma forma de não apenas falar sobre um assunto, mas também colocar o jogador no lugar de outra pessoa.

Assim, a pesquisa mostra como dois jogadores diferentes foram afetados pela maneira de disseminação do discurso, e como a percepção sobre um assunto, neste

caso a morte, pode ser abordada dentro do ambiente digital. Ainda, a pesquisa mostra como a sensibilidade e conhecimento do desenvolvedor sobre o assunto tratado são de extrema importância para a montagem de um produto coeso, sensível e com a intenção desejada.

3.3.5 Menos Que Um Jogo: A Relação Entre Estrutura Produtivista E Aplicações Educacionais Da Plataforma Roblox

A pesquisa de Schneider Souza e Ivan Mussa levanta as aplicações na área educacional de Roblox e também traz a argumentação para ser considerado uma plataforma e não apenas um jogo.

Segundo SOUZA e MUSSA (2022), o uso de *games* em atividades de ensino-aprendizagem, inicialmente rejeitado, tem sido cada vez mais adotado devido à sua compatibilidade com teorias construtivistas, que enfatizam a participação ativa dos estudantes na construção do conhecimento. Jogos como *Roblox*, que oferecem ambientes virtuais lúdicos e recursos acessíveis, são vistos com otimismo, mas há críticas sobre o uso indiscriminado desses jogos sem considerar a complexidade do contexto educacional e a transformação individual dos alunos. Além disso, a dependência de plataformas comerciais como *Roblox* pode influenciar negativamente o processo educativo, desviando o foco da construção do conhecimento para interesses econômicos da empresa.

Os autores argumentam que *Roblox* é uma plataforma e não um jogo no momento em que abre um espaço para usuários criarem suas próprias experiências de jogos e brincadeiras, com linguagens de programação e ferramentas de criação de espaços virtuais acessíveis.

O criador pode lucrar com seus jogos, monetizando interações e extraindo dinheiro de jogadores - cuja maior fração fica com a Roblox Corporation. Roblox é grátis para instalar e jogar, mas para que o modelo de serviço funcione, o jogador precisa ser convencido a gastar com itens cosméticos, habilidades e demais bens virtuais. Dessa forma, boa parte dos criadores de jogos é incentivada pela própria plataforma a “engajar os usuários” a 1) passar mais tempo jogando para produzir bens virtuais em maior quantidade e qualidade; 2) poupar tempo e energia e pagar por itens mais raros/poderosos/etc. Sendo assim, a própria experiência de jogo é contaminada, em maior ou menor grau dependendo da experiência em questão, por uma lógica repetitiva, produtivista e que flerta com o trabalho exaustivo e com jogos de azar. (SOUZA; MUSSA, p.3, 2022).

Assim, Roblox encaixa-se nas definições de plataformas escritas por Poell, David Nieborg e José Van Dijck (2019),

Infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados. Nossa definição é um aceno para os estudos de software, apontando para a natureza programável e orientada por dados das infraestruturas das plataformas, reconhecendo os insights da perspectiva dos estudos de negócios, incluindo os principais stakeholders ou “lados” nos mercados de plataforma: os usuários finais e os complementadores. (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2019, p.4).

e também na definição de Nicoll e Keogh, no qual *Roblox* passa a funcionar como uma base para a criação para os usuários (tal qual uma *engine*).

Outro ponto que o texto aborda, é a popularização através dos usuários, quanto mais usuários a plataforma angariar, mais popular ela fica e por consequência mais pessoas ingressam, assim como é descrito por POEL et al.

Uma plataforma de games que atrai muitos títulos e empresas de games torna-se mais atraente para os usuários e vice-versa. Mais usuários tornam uma plataforma mais atraente para empresas e anunciantes dos games, com esses últimos gerando mais renda, que pode ser usada para subsidiar conteúdo. (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2019, p.7)

Ainda as relações de trabalho dentro da plataforma, onde os usuários monetizam suas criações, trocando pela moeda interna da plataforma para outros usuários, com a maior parte ficando para a plataforma em si. Assim encaixando na definição de platformização do trabalho construída por Rafael Grohmann (2019). Ainda, a plataforma também apresenta elementos de jogos de azar, incentivando as transações internas, com os mesmos riscos e malefícios apresentados no trabalho de Tristan Lima Carneiro e Thiago Falcão.

Em conclusão, a pesquisa de Schneider Souza e Ivan Mussa traz o aumento da adoção de Roblox no contexto educacional, Os autores destacam tanto o potencial para criação, quanto às questões comerciais e capitalistas da plataforma. Embora Roblox ofereça ambientes interativos que podem enriquecer o aprendizado, sua natureza como plataforma comercial introduz desafios, como a monetização excessiva e a gamificação do trabalho. Esses aspectos podem desviar o foco educacional para interesses econômicos, levantando a necessidade de uma

avaliação crítica e cautelosa do uso de Roblox e outras plataformas semelhantes no contexto educacional.

3.3.6 IAs Generativas no Modding de Plataformas de Jogos Digitais

Hugo Pereira Andrade analisa o mod "Mantella" em desenvolvimento para "The Elder Scrolls V: Skyrim", que usa inteligências artificiais, tal como *Chat GPT* e *Whisper* para transformar a interação com personagens não jogáveis (NPCs). Utilizando as *APIs* de captura de áudio da versão de Realidade Virtual (VR) do Skyrim, utilizando as *IAs* para transformar a fala do jogador em texto, e a partir do *Chat GPT* gerar respostas únicas em tempo real para os *NPCs*.

A argumentação principal de Andrade para o jogo como plataforma é:

O software, em um entendimento simplificado, é apenas uma série de linhas de código que organiza atividades de hardware. Porém, o que realmente compõe e viabiliza o software de um jogo digital é uma infraestrutura complexa de camadas e plataformas interdependentes, tanto em hardware quanto em software, que permitem a execução de softwares jogáveis (ANDRADE, p. 2, 2023).

Assim, a conceituação de jogos como plataformas, por parte de Andrade, conversa com a definição original de Gillespie (2010), quando menciona plataformas no contexto digital, referindo-se a infraestruturas que suportam o design e uso de aplicações específicas, como os *hardwares* de computador, sistemas operacionais, dispositivos de jogos, dispositivos móveis e formatos de discos digitais.

Andrade ainda elucida sobre a plataformização interna de jogo, expandindo o conceito de Chia et al. (2019).

Nicoll e Keogh argumentam que um motor de jogo é uma ferramenta de software que permite a criação de conteúdo digital interativo (principalmente, mas não exclusivamente, videogames), e um framework de código que permite que esse conteúdo seja executado em vários dispositivos, incluindo smartphones, consoles e tecnologias de realidade virtual. (CHIA, A. & KEOGH, B. & LEORKE, D. & NICOLL, B. 2020 APUD, NICOLL E KEOGH, 2019)

Enquanto Chia et al. olha apenas para as plataformas de desenvolvimento, como as ferramentas de criação, Andrade olha para o funcionamento interno do jogo. Andrade (2023) argumenta que os jogos digitais ainda trazem plataformas "internas", que fazem parte da composição do *software* finalizado, mas que ainda

realizam funções similares às bibliotecas e utilitários, como os próprios motores. Porém, ao contrário das plataformas externas, que possuem portas de contato (*APIs*) para múltiplos programas de aplicação e interconexões, as plataformas internas são fechadas, servindo ao propósito único de tornar possível e funcional o software do que vem a ser um jogo digital .

Contudo, a análise de Hugo Pereira Andrade sobre a modificação "Mantella" para "*The Elder Scrolls V: Skyrim*" destaca a inovação no uso de IAs para transformar a interação com *NPCs*. Ele argumenta que jogos digitais são plataformas complexas de *hardware* e *software*, alinhando-se à definição de Gillespie e expandindo-a ao discutir a plataformização interna dos jogos. Andrade destaca como motores de jogo e bibliotecas internas operam de forma similar às plataformas de desenvolvimento, mas com funções específicas para o funcionamento do jogo. Assim, Andrade exemplifica a aplicabilidade das IAs em enriquecer a experiência de jogo, aprofundando a compreensão da infraestrutura necessária para o desenvolvimento e modificação de jogos digitais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisarmos os trabalhos contendo a temática da plataformização nos jogos digitais, percebemos que alguns elementos são comuns entre eles.

Em primeiro lugar, todos os seis textos compartilham o conceito de plataformização proposto por Nieborg (2017), onde esses produtos culturais produzidos são dependentes de uma plataforma de hardware para serem executados, tornando impossível a existência deles sem um meio dedicado para executar as inúmeras sub-rotinas e códigos que tornam a interação jogo-usuário possível.

Contudo, os textos possuem outros elementos de plataformização compartilhados entre si, como por exemplo a definição proposta por POELL, NIEBORG e VAN DIJCK (2019)

Infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados. Nossa definição é um aceno para os estudos de software, apontando para a natureza programável e orientada por dados das infraestruturas das plataformas, reconhecendo os insights da perspectiva dos estudos de negócios, incluindo os principais stakeholders ou “lados” nos mercados de plataforma: os usuários finais e os complementadores. (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2019, p.4).

Os textos “Ludificação do Tinder: Como a Plataforma de Interação Social Incorporou Elementos Constitutivos dos Games” (CONSTANTINO e FERREIRA, 2016), “Menos que um Jogo: A Relação entre Estrutura Produtivista e Aplicações Educacionais da Plataforma Roblox” (SOUZA e MUSSA, 2022) e “IAs Generativas no Modding de Plataformas de Jogos Digitais” (ANDRADE, 2023), trazem esse conceito, cada um adaptando-o para o seu funcionamento.

No primeiro texto, a facilitação das interações entre usuários finais e a coleta sistemática de dados são o que possibilitam o funcionamento da plataforma. No segundo texto é a interação entre usuários, para o momento em que ela funciona tal qual um *marketplace* também é importante, somada à questão da monetização e a circulação de dados. Porém a sua (re)programabilidade é um dos maiores fatores, tendo em vista a plataforma como reprogramável por usuários. No último texto a questão da reprogramabilidade é seu maior atributo, pois coloca as modificações

criadas por usuários (*mods*) como centro da discussão, colocando assim *Skyrim* como uma plataforma para ser construída em cima.

Essa definição que *Skyrim* recebe do autor Hugo Pereira Andrade, onde o jogo é visto como plataforma tal qual uma base para mods, equipara-se na definição de CHIA, A. & KEOGH, B. & LEORKE, D. & NICOLL, B. (2020) sobre a plataforma *Twine*. Quando Chia *et al.* equipara *Twine* à base de uma comunidade informal de desenvolvedores de jogos, *Skyrim* pode ser interpretado como uma base para a criação de *mods*. Atualmente no *Nexus Mods*, plataforma popular para compartilhamento de modificações, *Skyrim* e *Skyrim Special Edition*, combinados, contam com mais de 120 mil *mods* publicados.

Voltando para definições propostas por POELL, NIEBORG e VAN DIJCK:

Desta maneira, as infraestruturas de plataforma são integradas a um número crescente de dispositivos, desde smartphones e smartwatches até eletrodomésticos e carros autônomos. Essa infinidade de extensões das plataformas permite que os empresários transformem praticamente todas as instâncias de interação humana em dados: ranqueamento, pagamento, pesquisa, assistir conteúdos, dirigir, caminhar, conversas, amizades, namoro, etc. Esses dados são, então, processados algoritmicamente e, às vezes, sob condições rigorosas, disponibilizadas aleatoriamente para uma ampla variedade de atores externos (POELL, NIEBORG & VAN DIJCK, 2019, apud BUCHER, 2018; LANGLOIS & ELMER, 2013).

Desta forma, a dataficação é o pilar do funcionamento da plataforma *Tinder*, assim que é possível a sua gamificação e o pareamento de pessoas que compartilham interesse em comum. Já no *Roblox*, a integração entre dispositivos e a sua dataficação é o que permite o compartilhamento de conteúdo criados *in-game* entre usuários.

Voltando os nossos olhares às maneiras de distribuição dos jogos, e como essa parte também foi plataformizada e permitiu a plataformização dos jogos em si, como descreve NIEBORG, 2017:

A natureza modular dos jogos como software, combinada com a capacidade mais recente de distribuir digitalmente o conteúdo dos jogos, permite aos desenvolvedores e publicadores de jogos experimentar formas de estender, alterar e atualizar os jogos após o lançamento. (DAVID B. NIEBORG, PROLONGING THE MAGIC: THE POLITICAL ECONOMY OF THE 7TH GENERATION CONSOLE GAME, P.47-63,2014)

As táticas de monetização pós-lançamento para combater a pirataria e estender a vida útil de um jogo são elementos que possibilita os objetos estudados

em “Menos que um Jogo: A Relação entre Estrutura Produtivista e Aplicações Educacionais da Plataforma *Roblox*” (SOUZA e MUSSA, 2022) e “Entendendo Os *Gachas*: Design, Capitalismo De Plataforma E Jogos De Azar” (CARNEIRO e FALCÃO, 2020) permanecerem relevantes. Sem atualizações constantes e novas formas de fazer o jogador continuar investindo dinheiro na plataforma, o conteúdo sozinho pouco se sustenta, assim transformando-as em plataformas com circulação monetária interna e economia própria.

Já no caso da serialização de *Resident Evil* (BARROS, 2017) , a divisão episódica do jogo só se tornou possível com a popularização das plataformas de distribuição, como *Steam* e *Epic Games*, caso contrário, o custo seria elevado para o curto tempo dos episódios.

Skyrim (ANDRADE, 2023) participa do lançamento de conteúdo pós-lançamento de uma maneira informal. Assim como os conteúdos são lançados regularmente para alguns jogos, as modificações criadas por usuários passam por atualizações, podem ser monetizadas e, às vezes, se propõem a corrigir *bugs*, do jogo que não são corrigidos pela própria desenvolvedora. Em outros casos são adicionadas novas funcionalidades, assim como o *mod* que integra as falas dos personagens a Inteligências Artificiais.

Em conjunto com as práticas para angariar mais fundos dos jogadores, *Roblox* (SOUZA e MUSSA, 2022) também faz isso com quem participa criando conteúdo para o jogo. Como o conteúdo criado por terceiros também pode ser monetizado, a plataforma fica com uma parte. Assim, uma relação de trabalho informal é criada entre a plataforma e seus usuários. Atualmente a taxa para as criações de usuários, sejam cosméticos ou “experiências”, como são chamados os diferentes *mini-games* dentro do *Roblox*, é uma taxa fixa de 30% independentemente do tipo de transação, sendo o restante do valor entre os criadores. Porém a taxa já chegou a ser mais abusiva para não compradores do passe *Premium*, chegando a 90%. Assim, as práticas realizadas pela plataforma aproximam-se àquelas praticadas por plataformas de entrega e aplicativos de carona, aplicando os mesmos conceitos de plataformização do trabalho estudado por Rafael Grohmann.

Por último, há a transformação de jogos em uma plataforma para a disseminação de um discurso não-hegemônico, como descreve (Soares & Petry, 2016). Apesar de “*A Morticians Tale*” (MIGLIORINI e SOARES, 2022) não

compartilhar nenhuma outra definição de plataformização com os outros títulos levantados nesta pesquisa, além da definição de plataforma no sentido inicial, escrita por POELL, NIEBORG e VAN DIJCK (2019), esta análise traz uma visão única. Assim como qualquer outro produto cultural, jogos podem servir para transmitir uma mensagem, apoiar uma causa, fazer um protesto, ficando longe de apenas um entretenimento bobo. Essa abordagem pode ser utilizada para vários outros títulos *indies*, como *A Normal Lost Phone*, que trata dos desafios enfrentados por uma pessoa trans, *Before Your Eyes* que descreve a trajetória de uma vida e os arrependimentos, assim como tantos outros jogos. É interessante notar que esses jogos só são possíveis hoje graças às plataformas de distribuição. Sem elas o custo seria proibitivo para o lançamento dessas experiências mais subjetivas.

Com tudo isso em vista, podemos perceber que os estudos acerca de plataformização de jogos no Brasil estão engatinhando. Apesar de nossa amostragem ter sido pequena, por analisarmos apenas os trabalhos do GP de Games da Intercom podemos ver alguns padrões se formando. Primeiro, todos os trabalhos analisados se encaixam na definição original de POELL, NIEBORG e VAN DIJCK. Além do mais, podemos ver também como a dataficação é intrínseca aos jogos plataformizados on-line, ou que se baseiam na interação social, como o Tinder.

Outro elemento que podemos notar também é que a plataformização dos meios de distribuição dos jogos permitiu que os desenvolvedores testarem os limites em que os jogos podem ser divididos e monetizados, seja isso para um suposto benefício do jogador, como é argumentado no texto *Serialização nos Games: A Narrativa Seriada nos Jogos da Série Resident Evil* (BARROS, 2017), ou de formas negativas, como nos casos do *Roblox* (SOUZA e MUSSA, 2022) e dos *Gachas* (CARNEIRO e FALCÃO, 2020).

Também podemos abordar abordagens que diferem umas das outras, como a interpretação que um jogo pode ser uma plataforma, no sentido que é uma base, para modificações, como no *Skyrim* (ANDRADE, 2023), Jogos que podem ser uma plataforma para discursos, no caso de *A Mortician's Tale* (MIGLIORINI e SOARES, 2022) e por último a gamificação de uma plataforma, no caso do Tinder.

Apesar de tudo, a pesquisa encontrou alguns desafios durante o andamento. O primeiro deles foi o tempo. Gostaria de ter tido mais tempo para investigar tudo com mais calma. Segundo a definição de plataformas e plataformização não é única.

Acredito que devo ter deixado várias definições passarem, tanto por não ter encontrado, quanto pela maioria das definições serem na língua inglesa e, apesar de conseguir entender bem, posso ter deixado algo de fora de forma não intencional. Porém, não posso deixar de fora que foi um desafio encontrar referências em português, principalmente tratando da Plataformização dos Jogos. Meu maior aliado nessa pesquisa foi David Nieborg, que possui uma extensa bibliografia falando sobre o assunto.

Uma coisa que é importante ter em mente é que este é um campo em constante evolução, então continuar este trabalho pode tornar-se realidade. Algo que desejaria fazer, caso continuasse com essa investigação é expandir o foco de onde são procuradas as pesquisas brasileiras. Por mais que a Intercom seja o maior evento da área, tenho interesse em investigar o que está sendo discutido em outros eventos ou até investigar se há alguma dissertação ou tese focando no assunto.

Ainda, outras vertentes que também podem ser seguidas no estudo da plataformização é estudar como os desenvolvedores independentes são afetados pelos diferentes aspectos da plataformizados, comparando-os com os grandes estúdios e a percepção dos jogadores sobre o fenômeno. Ou investigar como a plataformização afetou o consumo de jogos eletrônicos ao longo dos anos.

Concluimos então que a pesquisa em plataformização no Brasil está apenas começando e apesar de já existirem estudos na área, a maioria das referências são em línguas estrangeiras ou tratam apenas do fenômeno da plataformização, sem o foco em jogos. Porém, é notável que este é um assunto em expansão que merece atenção da academia brasileira, principalmente para medir hábitos de trabalho e consumo em plataformas.

REFERÊNCIAS

- ABÍLIO, L. C.; AMORIM, H.; GROHMANN, R. **Uberização e plataformação do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas.** *Sociologias*, v. 23, n. 57, p. 26–56, 2021.
- ANDRADE, Hugo Pereira. **IAs Generativas no Modding de Plataformas de Jogos Digitais.** 2023.
- BARROS, Mateus Kerr de. **Serialização nos Games: A Narrativa Seriada nos Jogos da Série Resident Evil.** 2017.
- BATCHELOR, J. **GamesIndustry.biz presents... The Year In Numbers 2023.** Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/gamesindustrybiz-presents-the-year-in-number-2023>. Acesso em: 13/04/24.
- CARNEIRO, Tristan Lima; FALCÃO, Thiago. **Entendendo os Gachas: Design, Capitalismo de Plataforma e Jogos de Azar.** 2020.
- CHIA, A. et al. **Platformisation in game development.** *Internet Policy Review*, v. 9, n. 4, 2020.
- CHIA, Aleena; KEOGH, Brendan; LEORKE, Dale; NICOLL, Benjamin. **Platformisation in game development.** *Internet Policy Review*, v. 9, n. 4, p. 1-28, 2020.
- CONSTANTINO, Fernanda Angelo; FERREIRA, Emmanoel. **Ludificação do Tinder: Como a Plataforma de Interação Social Incorporou Elementos Constitutivos dos Games.** 2016.
- D'ANDRÉA, C. F. DE B. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos.** [s.l.] EDUFBA, 2020.
- DE SOUSA, A. S.; DE OLIVEIRA, G. S.; ALVES, L. H. **A Pesquisa Bibliográfica: Princípios e Fundamentos.** 2021.
- EPIC First Run Program.** Disponível em: <https://store.epicgames.com/pt-BR/features/epic-first-run-program>. Acesso em: 15/04/24.
- ESPOSITO, Nicolas. **A short and simple definition of what a videogame is.** In: Changing Views: Worlds in Play: Selected Papers of the 2005 Digital Games Research Association's Second International Conference. Vancouver: DiGRA, 2005. Disponível em: <https://www.utc.fr/~nesposit/publications/esposito2005definition.pdf>. Acesso em: 20/05/24
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.
- GILLESPIE, T. **A relevância dos algoritmos.** *Parágrafo*, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 95–121, 2018a.

GILLESPIE, T. **The politics of ‘platforms’**. *New Media & Society*, v. 12, n. 3, p. 347–364, 2010.

GROHMANN, Rafael. **Plataformização do trabalho: entre a datificação, a financeirização e a racionalidade neoliberal**. *Revista Eptic.*, v.22, n.1, p.106-22, jan./abr. 2020.

JAHNAVI_ARORA. **Top 7 game development platforms for developers**. Disponível em: <https://www.geeksforgeeks.org/top-7-game-development-platforms-for-developers/>. Acesso em: 17/04/24.

MIGLIORINI, Marcella; SOARES, Nilson Valdevino. **Jogos como Plataformas para Discursos Não-Hegemônicos: O Caso de A Mortician’s Tale e o Movimento Death Positive**. 2022.

MINTZ, André Goes. **Mediatização e plataformização: aproximações**. *Revista Novos Olhares*, v. 8, n. 2, p. 98–109, 2019.

NIEBORG, David B. **Crushing candy: The free-to-play game in its connective commodity form**. *Social Media + Society*, v. 1, n. 2, p. 205630511562193, 2015.

NIEBORG, David B. **Prolonging the Magic: The political economy of the 7th generation console game**. *Eludamos. Journal for Computer Game Culture*, v. 8, n. 1, p. 47-63, 2014.

POELL, T.; NIEBORG, D.; DUFFY, B.; PREY, R.; CUNNINGHAM, S. **The platformization of cultural production**. In: ASSOCIATION OF INTERNET RESEARCHERS. *Selected Papers of AOIR 2017*. [S.l.: s.n.], 2017. p. 1-19.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. **Plataformização**. *Fronteiras, Estudos Midiáticos*, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01>.

SOUZA, Schneider; MUSSA, Ivan. **Menos que um Jogo: A Relação entre Estrutura Produtivista e Aplicações Educacionais da Plataforma Roblox**. 2022.

Taxes FAQ (steamworks documentation). Disponível em: <https://partner.steamgames.com/doc/finance/taxfaq>. Acesso em: 03/06/24.