



Jogos digitais enquanto tecnologia social: um novo horizonte para a comunicação¹

Pedro Santoro ZAMBON¹

Juliano Mauricio de CARVALHO²

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

RESUMO

O objetivo desse artigo é discutir o papel social dos jogos digitais como uma nova mídia e entender a sua importância para o mercado da comunicação. O jogar analógico, encontrando o suporte tecnológico digital, acaba por se tornar uma mídia dotada de diversa complexidade, manifestações e classificações. Os jogos digitais emergem como tecnologia social e entender o papel e a abordagem desta nova mídia nos evidencia quais desafios que, socialmente, esse meio enfrenta.

PALAVRAS-CHAVE: jogos digitais; tecnologia social; comunicação

.

TEXTO DO TRABALHO

O ato de jogar surgiu junto com as primeiras as primeiras comunidades humanas, como atividade de entretenimento diretamente ligada à ludicidade, que molda e é moldado por ritos sociais, sendo parte do processo natural de socialização que prepara a criança para lidar com os riscos que podem ser encontrados mais tarde, na vida adulta (Huizinga, 2000). A partir do surgimento da computação, o ato de jogar encontrou uma nova plataforma de interação, na convergência com o suporte tecnológico eletrônico surge o jogo digital. Ampliaram-se as possibilidades do jogar com o surgimento de uma nova mídia imersiva e essencialmente interativa, possibilitando novas e mais intensas interações que os jogos analógicos. Uma ampliação que não apenas transporta os jogos para um ambiente informatizado, mas transcende as suas experiências. O objetivo desse artigo é discutir o papel social dessa nova mídia e entender a sua importância para o mercado da comunicação. Para isso será realizada uma reflexão que perpassa autores clássicos como Marshall McLuhan,

¹Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho da V Conferência Sul-Americana e X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

¹ Mestrando em Comunicação Midiática da Unesp, Bacharel em Comunicação Social: jornalismo na mesma instituição. Também é ligado ao Lecotec (Laboratório de Estudos em Comunicação Tecnologia e Educação Cidadã) E-mail: pedro@faac.unesp.br

² Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da Unesp, professor permanente no programa de Comunicação Midiática e Coordenador do programa de Televisão Digital: informação e conhecimento. email: juliano@faac.unesp.br



Raymond Williams e Pierre Bourdieu, observando como os jogos digitais se peculiarizam em relação às demais mídias.

Como sugere Aranha(2004), o jogo digital não é apenas um tipo genérico de jogo que se processa e opera por meio de um computador, mas também como uma linguagem que, como tal, possui suas particularidades. “O videogame é um expressivo e complexo fenômeno cultural, estético e de linguagem, que foi capaz de desenvolver, ao longo de seu curto período de existência, toda uma retórica própria” (Aarseth, 2001). Nesta retórica própria, a “atividade lusória” de Suits (1978) ganha elementos novos, onde o prazer de jogar não basta enquanto motivação para o jogo. Causando imersão, simulando e interagindo com elementos da realidade, o jogo digital deixa de ser “um fim em si mesmo” e passa a se incorporar em contextos sociais e ideológicos. É o que Flanagan (2009) descreve como “critical play” que seria “caracterizado por um exame cuidadoso de temas sociais, culturais, políticos, ou mesmo pessoais que funcionam como alternativas aos espaços de jogo populares” (2009, p.6). Nesta noção do jogar crítico, incorporado ao jogo digital e potencializado por sua imersividade, com a observação complexa do jogar, claramente se desmistifica a conotação de esta não seria uma atividade séria.

O jogar analógico, encontrando o suporte tecnológico digital, acaba por se tornar uma mídia dotada de diversa complexidade, manifestações e classificações. Os jogos digitais emergem como tecnologia social e entender o papel e a abordagem desta nova mídia nos evidencia quais desafios que, socialmente, esse meio enfrenta.

Os jogos, como outros meios de comunicação populares, como a TV, têm muitas vezes atraído pânico morais. Em particular, como uma forma de 'mídia jovem', os jogos têm suportado o peso de preocupações sobre uma variedade de problemas sociais, e seus 'efeitos' têm sido enquadradas nas definições simplistas de infância (HJORTH, 2011 p.11)

Para entender, então, de que maneira sociedade e tecnologia, especialmente tecnologias midiáticas, influenciam e são influenciadas pela sociedade, vamos partir de dois conceitos: a visão do teórico cultural Raymond Williams de uma tecnologia socialmente determinada e o pensamento do teórico de mídia Marshall McLuhan de uma sociedade tecnologicamente determinada.

Primeiramente, na perspectiva do determinismo tecnológico de McLuhan nos mostra como a tecnologia estende nossos sentidos, trazendo importantes conceitos para



entendermos o papel delas nas diferentes formas de expressão humana. Ele argumenta que as tecnologias *são* o meio em que vivemos e que as culturas humanas emergem através delas e são moldadas por elas. Em seu relato, a importância das tecnologias de mídia não está no seu uso particular, na sua 'mensagem', mas na forma estrutural que ela muda o ritmo e escala das relações humanas. A tecnologia, sendo um meio a própria mensagem, criaria demanda e modificaria a sociedade. (MCLUHAN, 1964) Essa visão, segundo Hjorth (2011), seria inábil em considerar a complexidade da ação humana, e o fato das tecnologias também serem moldadas pelas culturas tal qual elas moldam as práticas culturais. Já a visão de Williams, conhecida como construtivismo social, evidencia a ação e o poder do usuário e da cultura. Esses usuários, segundo ele, moldam o meio tanto quanto o meio molda sua experiência. (WILLIAMS, 1974) As tecnologias seriam, então, consumidas para uma prática cultural específica. Seria a necessidade precedente à tecnologia e não o contrário. É a construção social na tecnologia, embasada nos conceitos de “investimento social”, providenciado através do estado e do capital, e “necessidade social”, moldado pelas necessidades de comunicação e desejos da sociedade. Observar as abordagens de Williams e McLuhan é importante porque:

[...] a posição da Williams nos dá uma plataforma crítica a partir do qual questionar os entusiasmos hiperbólicos dos tecnófilos digitais que constantemente nos dizem como os computadores estão profundamente transformando a sociedade. Ela também prejudica a resposta mais tecnofóbica ou ludita de que determinadas tecnologias são inerentemente más e necessariamente tem efeitos deletérios sobre a vida social e cultural. Seu "socialmente determinada" mostra os efeitos que as tecnologias de mídia insistem na primazia da ação humana; cabendo a nós determinar o que as tecnologias de mídia fazem. No entanto, um McLuhanita poderia argumentar que a "sociedade em rede" contemporânea (Castells, 1996) não seria possível sem as tecnologias de computação. Aqui tecnologias digitais em si são entendidas para exercer poderosa intervenção na medida em que toda a nossa relação com o mundo externo é agora fortemente mediada. A tecnologia se tornou o nosso meio ambiente, e, obviamente, fatores ambientais desempenham um papel importante na produção de consciência e identidade. (DOVEY; KENNEDY, 2006, p. 4)

Entender esta relação entre sociedade e tecnologia pelas abordagens de McLuhan e Williams é importante para conseguirmos analisar, de maneira equilibrada, a importância dos jogos digitais na sociedade. Por um lado entende-se que existe um papel revolucionário e com alto grau de impacto social nesta mídia, a medida que compreendemos o papel das tecnologias em modificar práticas e comportamentos. Por outro lado, entender que os jogos digitais estão inseridos em um contexto social e cultural é importante para ver que esta mídia é tanto influenciadora, quanto influenciada. Isso significa que sozinha nenhuma mídia é capaz



de impactar e modificar comportamentos e processos sociais, sem que exista um contexto social e cultural que possibilite isso. Esta observação nos ajuda a desmistificar não apenas os exaltados críticos desta mídia, como a encarar de maneira ponderada as possibilidades dos games ressignificarem a maneira como as pessoas consomem mídia. É preciso, antes de tudo, entender que – ainda mais que as mídias tradicionais – os jogos digitais impactam de maneira diferente seus distintos públicos: do jogador casual em plataformas móveis, como celulares e tablets, que encara os jogos como um passatempo recreativo em momentos como salas de espera ou filas de bancos; o jogador *hardcore*³ que dispende horas jogando e se aperfeiçoando em um jogo específico, normalmente se tornando a principal mídia consumida por este usuário; às comunidades de *modding* que criam novos mundos e conteúdos com base em seus jogos prediletos, encarando os jogos não apenas como uma atividade recreativa de consumo, mas como uma atividade ativa de criação e desenvolvimento; aos jogadores profissionais, que trabalham de maneira remunerada com objetivo de conquistar prêmios em campeonatos de *e-Sports*⁴.

A penetração dos jogos digitais na sociedade enquanto artefato cultural depende não só da ampliação de seus usuários, mas da incorporação dela no dia-a-dia das pessoas. No Brasil, a pesquisa mais recente Game Pop (IBOPE, 2012) mostra que 61 milhões entre os 80 milhões de internautas do país jogam algum tipo de jogo digital. Esses dados demonstram que enquanto mídia, os jogos digitais já possuem uma grande quantidade de consumidores no Brasil. Já a penetração como um costume social pode ser entendida pela abordagem da domesticação (*domestication approach*) de Silverstone e Hirsch (1992). Esta abordagem parte das tecnologias no dia a dia, e o seu papel simbólico. Ela descreve o processo de “domesticação das TICs” quando elas são trazidas ao ambiente doméstico. Segundo esta abordagem, as tecnologias da comunicação possuem um poder simbólico e sociocultural que ressignifica práticas culturais. Ou seja, “a fim de compreender plenamente jogos, precisamos analisar o contexto em que estão enquadrados.” (HJORTH, 2011, p. 15)

A abordagem da domesticação incide sobre os significados que os indivíduos e os contextos culturais dão às tecnologias, de modo a ampliar as maneiras pelas quais os usuários a percebem. A interação entre o usuário e a tecnologia é um processo contínuo, e seu uso pode

³ *Hardcore* é uma palavra do inglês que significa literalmente A palavra significa o centro, o *núcleo duro*. É usada para designar uma variação extrema de um grupo. *Hardcore gamer* é o termo utilizado para os jogadores mais experientes e veteranos, acostumados a vivenciar o consumo desta mídia.

⁴ *eSports* são competições profissionais de jogos digitais. Os gêneros mais comuns desta modalidade são os jogos de luta, tiro em primeira pessoa, estratégia em tempo real, e os MOBAs (Multiplayer online battle arena – Arena de batalha online multijogador)



funcionar simbolicamente como um indicador de gostos, valores e capital cultural e social. “Games (e consoles de videogame) não é apenas um repositório simbólico do capital social do usuário, mas também sinais de outras certas pistas ocultas sobre a identidade do usuário e seu status social” (HJORTH, 2011, p. 16). A maneira como esta mídia é consumida transparece, então, a diferença dos significados sociais e suas representações. Sendo múltiplos os perfis de consumo dos games, não é possível caracterizar socialmente ‘O Jogo Digital’ e sim observá-lo como uma mídia multifacetada. Isso dificulta seu processo de legitimação e aceitação enquanto mídia, cultura e arte, ao observar que muitas vezes sua descrição é nivelada na observação enquanto uma mídia recreativa, despropositada e majoritariamente infanto-juvenil. Desconstruir estes preconceitos na ampliação de um processo de legitimação concreto é um dos objetivos ainda existentes nesta mídia, principalmente quando observamos sua luta institucional para ser considerada e apoiada por políticas públicas que já fomentam setores legitimados da arte e da cultura como o cinema e a literatura. Para além da construção de um produto cultural em si, as instâncias de consagração que o definem como cultura passam por uma série de processos de legitimação. Para isso, o sociólogo francês Pierre Bourdieu afirma que não basta considerar somente os contextos sociais ou seu conteúdo:

Digo que para compreender uma produção cultural (literatura, ciência, etc.) não basta referir-se ao conteúdo textual dessa produção, tampouco referir-se ao contexto social contentando-se em estabelecer a relação direta entre texto e contexto. (...) Minha hipótese consiste em supor que entre estes dois pólos muito distanciados (...) existe um universo intermediário que chamo de o *campo literário, artístico, jurídico ou científico*, isto é, o universo no qual estão inseridos os agentes e as instituições que produzem, reproduzem ou difundem a arte, a literatura ou a ciência. Este universo é um mundo social como os outros, mas que obedece a leis sociais mais ou menos específicas (BOUDIEU, 2004).

Nesta definição de campos, Bourdieu evidencia a importância dos agentes e instituições na consagração de um produto cultural. Para os jogos digitais se legitimarem enquanto mídia não basta, portanto, ter se tornado uma prática cultural arraigada na sociedade, ou possuir um conteúdo complexo artística e culturalmente eruditos. É preciso ser aceito dentro do campo daquilo que já foi legitimado, através da aceitação dos agentes e instituições presentes no núcleo deste campo. Desta definição podemos ampliar para uma série de elementos originados deste conceito de campo (KIRKPATRICK, 2012):



-
- Ele estrutura percepções humanas para que sejam identificados e determinados objetos sob condições específicas, como necessitados de tipos específicos de respostas comportamentais.
 - Trata-se da produção e circulação do discurso - combinações específicas de trechos de linguagem com as práticas - que fazem a mediação de agentes e objetos na formação de novas identidades (a figura do gamer, por exemplo).
 - Uma vez constituído o campo, ele posiciona os novos objetos e inicia o ser humano em relação a outras instituições sociais e práticas culturais.
 - O campo acomoda diversos posicionamentos pré-estabelecidos por parte dos iniciados em sua lógica interna, sendo que uma vez estabelecido, determina as relações de poder, incluindo as relações dinâmicas que pertencem a essas possibilidades. Esta lógica reflete a estrutura do campo, que não precisa ser a mesma que foi encontrada em outros campos.
 - Os campos são mais ou menos autônomos : Bourdieu (2005) argumenta que a literatura levou vários séculos para garantir a sua autonomia. Isso implicou em seu reconhecimento como uma arte, com seus próprios princípios e valores, definindo critérios, padrões e ideias estranhas ao que é diretamente aplicável a uma ficção literária (as *regras do jogo*: o conceito de *illusio* do campo).

Segundo Bourdieu, *illusio* representa o interesse que os agentes sociais tem em participar do *jogo*. Na obra do autor, por *jogo* se entende como a relação social entre os agentes de um campo e o interesse dos participantes em suas disputas internas, através de um conhecimento prático e não necessariamente racional que permite ao sujeito compreender este campo e mobilizar-se. Ou seja, entender quais são os valores e regras deste campo e como ele funciona. Deste modo, agentes familiarizados com determinado campo não entendem a lógica de outro. Diante disso, evidencia-se um dos primeiros desafios da legitimação de um elemento dentro de um campo: a dificuldade de agentes de um campo compreender um objeto de outro. Observando os jogos digitais como uma mídia multifacetada que contém elementos de diversas outras, constituindo assim um objeto cultural diferente, e confrontado em campos consolidados como o da literatura, por exemplo, os games passam por este processo da dificuldade de compreensão de seu teor, justamente pelo *illusio* do campo da literatura passar por valoração distinta daquela encontrada no campo dos games. E como no campo da cultura e no campo das artes, os meios já consolidados e seus agentes, na condição de dominantes,



acabam por marginalizar elementos e agentes dominados - cuja tentativa é exatamente adentrar neste campo e se tornar parte dos elementos centrais deste, de modo a sair desta marginalização. Os jogos digitais ainda vivem, portanto, este processo de legitimação com os agentes dos campos da cultura e arte. De acordo com Bourdieu, a arte tem no *illusio* a sua essência: as atividades de avaliação, valorização das obras são pré-requisitos essenciais para a existência da arte. (BOURDIEU, 1993)

Parece haver uma sugestão de ‘roupa nova do imperador’ sobre isso, mas na verdade é uma forma de dar substância social e ‘realidade’ para a arte e os seus efeitos: a *illusio* ganha força porque os objetos de arte são enredados em estruturas sociais que os resultem. Reconhecemos arte e seu valor, porque nós aprendemos a fazer isso, mas nós damos-lhe o seu status social e conferimos os valores nela por viverem o que temos aprendido. (KIRKPATRICK, 2012).

E são justamente estes elementos de valorização da arte que deslocam determinado agente como dominante ou pretendente do campo. “Todo campo é um campo de forças e um campo de lutas para conservar ou transformar este campo de forças” (BOURDIEU, 2004). Deste modo, a luta entre pretendentes e dominantes se reflete nos games e explica porque em alguns lugares, como no MoMa (Museu de Arte Moderna de Nova York) os games já foram incorporados ao acervo, considerados arte e cultura e em outros, como nas declarações da ex-ministra da cultura Marta Suplicy⁵, questiona se games são cultura. O que faz com que tal elemento esteja ou não no centro do campo são as instâncias de consagração e atos de consagração - a energia social acumulada e reproduzida com ajuda dos agentes e instituições. Os campos de produção de bens culturais são universos de crença que só funcionam quando conseguem produzir indissociavelmente os produtos e as necessidades destes produtos. Para isso são necessários agentes dominantes que legitimam uma lógica tradicional em detrimento de uma nova concepção, por meio do “monopólio da imposição das categorias de percepção e apreciação consideradas legítimas” (BOURDIEU, 2002, p.88).

Os dominantes, comprometidos com a continuidade, identidade e a reprodução, entram em choque com dominados, cujo interesse se faz pela ruptura, diferença, revolução. E nesta posição de pretendentes ao campo da cultura, os games buscam penetrar como elementos centrais do campo, mas para isso precisam se definir como arte distinta de outras

⁵ Em uma declaração em Março de 2013 a então Ministra da Cultura Marta Suplicy afirmou não considerar games como cultura. Ao ser questionada se este produto seria financiado pelo programa Vale Cultura ela afirmou que não considera games “como cultura” que seria “forçar demais” incluí-los. Em: <http://info.abril.com.br/games/noticias/2013/03/games-nao-sao-cultura-diz-marta-suplicy.shtml>



práticas culturais. Bourdieu afirma que o único caminho significativo para distinguir uma arte de outras práticas culturais, é situá-la em seu campo histórico e social. Em *As Regras da Arte* (1996), ele rejeita a abordagem que clama uma espaço especial para a arte fora do espaço-tempo: aqueles que argumentam que o valor da arte se relaciona com sua ausência de função, gratuidade, desinteresse do artista, etc. O status de arte sua capacidade de ser reconhecida como tal, é associada com as qualidades essenciais e universais da arte por si só, produzida histórica e socialmente. Ou seja, o status da arte não vem da arte por si só, e sim do mundo artístico que constantemente disserta e demonstra seus valores. Estas observações mostram como pressionar e conquistar espaço e atenção dos governos exige aos jogos digitais mais do que a expansão já conquistada de seu consumo enquanto produto. É preciso, além de tudo, ser aceito nos campos legitimados pelas instituições e atores que já atuam nele.

Para este processo não basta caracterização enquanto objeto cultural, artístico e midiático por si, mas também na observação que o contexto de seu meio, seu papel simbólico e as forças existentes contextualizadas historicamente e socialmente, acabam por conferir outro espectro de valoração que vai além do próprio caráter do objeto analisado. Isso significa dizer que mesmo os games possuindo as características que conferem a ele o status de arte, mídia ou de cultura, são as instâncias de consagração e o seu reconhecimento e valorização que vão possibilitar a colocação desta mídia enquanto parte do campo. E estando diante de campos autônomos, as regras e valores de consagração se diferenciam de um macrocosmos. Havendo uma diferenciação entre o campo da produção erudita e da indústria cultural e sendo os games um fenômeno cultural profundamente aliado aos aspectos comerciais, a dificuldade de aceitação no campo da erudição é evidente. Para essa aceitação se confirmar, existe a necessidade de, na compreensão do campo erudito, conseguir se afastar de algumas barreiras que este impõe na tentativa de se colocar não mais como pretendente do campo e sim como figura central deste campo. Este ‘jogo de forças’ entre os campos é importante ao se analisar que as políticas culturais são afetadas por eles. O processo decisório e político que confere determinada linha de fomento, que destina energia e verba para determinados projetos, ou que define as metas e objetivos centrais de determinado programa, se faz justamente pela influencia dos ‘jogos de poder’ e de ‘força’ entre os campos – tendendo a vitória para aqueles de maior prestígio.

Estes processos de legitimação se entendem como parte de um universo social, cujas forças que se relacionam influenciam intrinsecamente e interdependentemente vários campos distintos, cujas regras e funções de divergem. Bourdieu deixa um legado importante



nesta tentativa de compreender não somente os produtos culturais, mas também o papel dos valores simbólicos em nosso tempo - e sendo os games uma nova mídia, essencialmente multimidiática, tais teorias são fundamentais para a compreensão e superação destes desafios.

O papel dos jogos digitais no mercado da comunicação

Um dos pontos de partida para compreender os jogos digitais como um meio de comunicação, é entender que a interface e a narrativa não são elementos desassociados, mas unidos. E é esta comunicação essencialmente convergente, onde variados códigos “são orquestrados de maneira a proporcionar ao usuário uma experiência extremamente rica, tanto do ponto de vista sensorial quanto em relação ao nível de envolvimento emocional que podem proporcionar.” (Pinheiro & Branco, 2005, p. 63). Nos jogos digitais, o cinema, a TV, a literatura, os quadrinhos, a música, a conversa: tudo pode ser reunido.

O uso de informações nos games, nesse sentido, não é apenas um meio de disponibilizar conteúdo informativo em um jogo, mas pode ser um meio de expandir a experiência narrativa dos jogadores, aumentar a eficiência das peças publicitárias, cativar um novo público leitor e, quem sabe, salvar da crise o jornalismo e a imprensa tradicional (Santi, 2010, p. 82).

Como evidenciado por Santi (2010), surge a oportunidade de se estabelecer uma convergência entre a indústria do entretenimento e a indústria informativa. Assim como foi definido por Caillois (1990) que jogar seria um ato que ao mesmo tempo diverte e desafia, estes dois recursos intrínsecos seriam aliados no surgimento de uma mídia que pode conferir novos significados e atrair públicos distintos para um mercado da comunicação em crise. Sendo o desafio comunicar em um mundo cujo poder da informação está saindo das mãos da indústria midiática e passando cada vez mais ao consumidor - que tem mais opções e controle - esta mídia surge como um novo campo de atuação.

Diante de uma nova mídia, peculiar e com seus próprios processos narrativos, surge por Bogost (2007) a classificação dos games sendo conduzidos por uma "retórica processual". Nela, a narrativa é originada das regras, da maneira como interagimos com ela e vice-versa. A narrativa dos jogos é transmitida e conduzida pelas regras e sistemas.

[...] Considere, por exemplo, os jogos de tabuleiro, com seus múltiplos parentescos. Agora passe para os jogos de cartas: aqui você encontra muitas correspondências com



aqueles da primeira classe, mas muitos traços comuns desaparecem e outros surgem [...] Pense agora nos brinquedos de roda: o elemento de divertimento está presente, mas quantos dos outros traços característicos desapareceram! E assim podemos percorrer muitos, muitos outros grupos de jogos e ver semelhanças surgirem e desaparecerem (Wittgenstein, 1989, p. 38–9).

Assim, os jogos podem trazer simultaneamente um conteúdo informativo e um processo de interação com esta informação – uma interação baseada no processo de representação. Historicamente, a representação é utilizada como forma para retratar tanto realidade quanto ficção, articulando-a na forma de narrativa. A enunciação desta narrativa surge como sendo capaz de dar conta, simultaneamente, "da produção de discurso a partir de uma posição (institucional, por exemplo) e como acontecimento irrepetível, marcado eventualmente por algum traço 'pessoal', a ser tratado possivelmente no domínio que se tem chamado, em mais de um lugar, de singularidade" (Possenti, 1992, p. 1). A retórica processual atua neste contexto.

A introdução da tecnologia computacional possibilitou uma nova forma de comunicar, mais profunda e imersiva de entender nosso mundo e pensamentos: a simulação. O ato de simular não é uma simples representação de objetos e sistemas, mas também pode modelar seus comportamentos a medida que cria contextos, situações e fatores que transformam o processo de interação em uma narrativa carregada de conceitos e sentidos. Entretanto Frasca comenta que “a própria simulação é algo maior que narrativa. É um sistema dinâmico que, sim, contém milhares de potenciais ‘histórias’, mas é maior que a soma das partes.” (Frasca, 2001, p. 2, tradução nossa). Sobre isso Huizinga ressalta

O jogo tem, por natureza, um ambiente instável. A qualquer momento é possível à ‘vida cotidiana’ reafirmar seus direitos, seja devido a um impacto exterior, que venha interromper o jogo, ou devido a uma quebra das regras, ou então, do interior, devido ao afrouxamento do espírito do jogo, a uma desilusão, um desencanto. (HUIZINGA, 2000, p. 24)

Para designar esta modalidade de games informativos Frasca cunhou o termo “newsgaming – que combina as características de charges políticas com videogames” (Frasca, 2003, p. 223) Frasca também produziu alguns jogos digitais com teor jornalístico, como September 12th, Kabul Kaboom e Madrid. Entretanto, sendo que a simulação de um game não se configura essencialmente como narrativa, uma mídia que usa jogos digitais para fazer jornalismo não poderia existir – afinal seria intrínseco ao jornalismo a narração daquela

informação. Esta crítica observaria que os jogos digitais não podem produzir narrativas completas, estando limitados à interação estabelecida com o jogador. Sendo as notícias “[...]também ‘estórias’ que estão associadas à busca de um sentido de comunidade de pertença.” (Schudson apud Correia, 2011, p. 57) a notícia ficaria mais bem representada através da reportagem que tem por matéria-prima a informação constante, deixando a cargo da sociedade — leitor, espectador, jogador — o direito de avaliar a informação segundo o seu próprio repertório, independente de formato ou conteúdo (Lage, 2011). Entretanto, ao convergir diversos elementos discursivos, o jogo digital se torna uma peça única na tarefa de passar conteúdos:

[...] os jogos virtuais possibilitam aos usuários se relacionarem com vários aspectos simultaneamente, como memória (visual, auditiva, cinestésica), a orientação temporal e espacial (em duas e três dimensões), a coordenação sensório-motor (ampla e fina), a percepção auditiva, a percepção visual (tamanho, cor, detalhes, forma, posição, lateralidade, complementação), o raciocínio lógico-matemático, a expressão linguística (oral e escrita), o planejamento e a organização. (Silva apud Seabra & Santos, 2008, p. 3).

Os games ampliam a possibilidade de canais oferecidos para que o receptor possa captar informação. Esta característica transcende os newsgames – desenvolvidos diretamente com o objetivo de transmitir um conteúdo informativo jornalístico – e se apresentam em todos aqueles jogos digitais que possuem algum elemento narrativo e ideológico. Os games funcionam com uma maneira própria de convencer um jogador de seus argumentos. Nos jogos o processo é tão importante quanto os elementos informativos, e o caminho da interação adicionam uma retórica única. Esta forma de retórica desperta envolvimento direto através de simulações que constroem cenários — tanto no sentido estético como situacional — interativos e, às vezes, implicitamente persuasivos.

Diferentemente de notícias escritas para impresso ou programas editados para televisão, games exibem texto, imagens, sons e vídeo, mas também vão além: simulam como as coisas funcionam, construindo modelos com os quais as pessoas podem interagir. É isto que Bogost (2007) nomeou como retórica processual. O processo seria um tipo de experiência irreduzível a qualquer outro meio anterior. (Bogost, 2010, p. 6)

A retórica processual é uma ferramenta poderosa, que traz à comunicação uma capacidade maior de difundir informação. Isso porque “quanto mais estivermos pessoalmente envolvidos com uma informação, mais fácil será lembrá-la” (Lévy, 1998, p. 81). Esse



envolvimento, baseado em sua imersão, interação e simulação provenientes do ato de jogar, nos permite experimentar tentativas e erros intimamente, revelando verdades que se tornam pessoais. Além de captar uma mensagem através de um meio, o jogador – indo além do leitor ou espectador – cria um processo de empatia com a informação. Essa empatia permite que se crie uma ponte entre o emissor e o receptor, onde aquele que capta a mensagem não somente a recebe, como vivencia e imerge no universo e contexto daquele que a criou. As experiências simuladas pelos jogos digitais promovem aprendizados a medida que conduzem essas experiências. Videogames não apenas oferecem um significado situado ou experiências transpostas do real aos mundos imaginários e suas relações. Eles “oferecem significado e experiências de mundos particulares e relações particulares.” (BOGOST, 2007). O processo abstrato do jogo confere lições gerais sobre habilidades amplas, que vão além do seu tópico específico sem necessariamente desvincular-se do seu tema central. Isso significa que no ato de jogar, e estabelecendo seu processo como parte intrínseca dessa narrativa, são desenvolvidas diversas habilidades e conceitos que vão além da experiência principal – e se resignificam a medida que são consumidos por diversos públicos em contextos sociais, culturais e históricos diferentes.

Os modelos subjacentes de um videogame encontram uma retórica processual particular sobre seus temas escolhidos. Em outras palavras, as posições retóricas são sempre posições particulares; não se discutem ou expressam de forma abstrata. A retórica processual do jogo influencia o relacionamento do jogador com ele, restringindo as estratégias que produzem o fracasso ou o sucesso. (Bogost, 2007 p. 245)

Esta vivência da informação só é possível diante do processo imersivo desenvolvido por sua jogabilidade. Segundo (Martínez, 2010 p.164) isso possibilita que os usuários experimentem a complexidade abordada na história daquele jogo e possam imergir em escolhas “que apostam na reflexão, mas não pelo tédio”. Estas crônicas “representam a faceta mais concorrida dos newsgames”. Os jogos digitais, então, exploram um fluxo de consumo de mídia novo e complexo, onde o processo surge como elemento discursivo elementar na construção da mensagem:

Nós precisamos reconhecer o poder persuasivo e expressivo da processualidade. Processos nos influenciam. Eles semeiam mudanças nas nossas atitudes, que por sua vez, e ao longo do tempo, modificam nossa cultura. Como jogadores de videogames e outros artefatos computacionais, devemos reconhecer que a retórica processual é a nova maneira de interrogar nosso mundo, comentá-lo, rompê-lo e desafiá-lo. Como criadores e



jogadores de videogames, devemos ser conscientes das alegações processuais que fazemos, porque nós fazemos, e qual tipo de estrutura social nós desejamos cultivar através dos processos que disseminamos no mundo. A despeito dos computadores que os hospedam, dos futurísticos e mecânicos mundos ficcionais que eles apresentam, videogames não são expressões da máquina. Eles são expressões do ser humano. E as lógicas que guiam nossos jogos fazem alegações sobre quem nós somos, como nosso mundo funciona e o que nós queremos que ele se torne (BOGOST, 2007, p. 340)

O papel dos jogos digitais, na perspectiva do conteúdo, se mostra importante a medida que suas possibilidades narrativas, por meio da retórica processual, são únicas. Isso evidencia um potencial significativo de impacto no mercado da comunicação, ao demonstrar que há um campo de atuação único para o setor. Entretanto, esta potencialidade ainda passa pela de legitimação desta mídia. Os jogos digitais ainda precisam ser aceitos e entendidos, de maneira mais ampla, como um meio de comunicação que transcende o recreativo, mas à medida que ele ganha espaço na vida cotidiana, esta aceitação é só uma questão de tempo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AARSETH, E. Editorial, *Game Studies - Year One*. v. 1, n. 1, 2001.

AARSETH, E. *Allegories of Space: The Question of Spatiality in Computer Games*. In: KOSKIMAA, R. (Ed.). . **Cybertext Yearbook 2000**. Jyväskylä, Finland: University of Jyväskylä, 2000.

AARSETH, E. **Playing Research: Methodological approaches to game analysis** Proceedings of the Digital Arts and Culture Conference. **Anais...2003** Disponível em: <<http://www.bendevane.com/VTA2012/herrstubbz/wp-content/uploads/2012/01/02.GameApproaches2.pdf>>. Acesso em: 20 dez. 2014

ARANHA, G. O processo de consolidação dos jogos eletrônicos como instrumento de comunicação e de construção de conhecimento. **Ciências & Cognição**, v. 03, n. 01, p. 21–62, 2004.

BOGOST, I. **Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames**. [s.l.] MIT Press, 2007.

BOZEMAN, B.; PANDEY, S. Public management decision making: effects of decision content. **Public Administration Review**, v. 64, n. 5, p. 553–565, 2004.

CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem**. [s.l.] Cotovia, 1990b.

DARLEY, A. **Visual Digital Culture: Surface Play and Spectacle in New Media Genres**. 1 edition ed. London ; New York: Routledge, 2000.



-
- DOVEY, J.; KENNEDY, H. **Game cultures: computer games as new media**. Glasgow: Open University Press, 2006.
- FLANAGAN, M. **Critical Play: Radical Game Design**. Cambridge: MIT Press, 2009.
- FLEURY, A.; NAKANO, D.; CORDEIRO, J. **Mapeamento da Indústria Brasileira e Global**. [s.l.] GEDI Games, 2014.
- FRASCA, G. **Play, Game and Videogame Rhetoric**. Doutorado—Dinamarca: IT University of Copenhagen, 2007.
- GALLO, S. N. **Breves considerações acerca do videogame** Anais... **Anais...** In: XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Porto Alegre: 2004 Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/33614256158024979187281470482103051247.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2012
- HJORTH, L. **Games and gaming: an introduction to new media**. Oxford; New York: Berg, 2011.
- HUIZINGA, J. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. 4ª ed. ed. São Paulo: Perspectiva, 1993.
- JENKINS, H. **Fans, Bloggers and Gamers: Essays on Participatory Culture**. New York: New York University Press, 2006.
- JUUL, J. Games Telling Stories? A Brief Note on Games and Narratives. **Game Studies**, v. 1, 2001.
- LUI, C. K. Are Videogames Art? **Imagine magazine**, v. 10, n. 5, 2003.
- MALABY, T. M.; BURKE, T. The Short and Happy Life of Interdisciplinarity in Game Studies. **Games and Culture**, v. 4, n. 4, p. 323–330, 2009.
- MÄYRÄ, F. A moment in the life of a generation (why game studies now?). **Games and Culture**, v. 1, n. 1, p. 103–106, 2006.
- MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem (Understanding media)**. São Paulo: Editora Cultrix, 1964.
- SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. **Rules of Play: Game Design Fundamentals**. Cambridge, Mass: The MIT Press, 2003.
- WILLIAMS, R. **Television: Technology and Cultural Form**. London: Fontana, 1974.