

JOGAR E PENSAR VIDEOJOGOS: OBRAS ABERTAS À COMUNICAÇÃO

André Carita¹

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
andrecarita@gmail.com

Resumo

Este artigo irá incidir sobre a abertura dos videojogos a um conjunto diversificado de experimentações comunicativas. Para isso será elaborada uma pequena reflexão com o propósito de defender os videojogos como parte integrante da nossa cultura e como meio que consegue expandir o conceito de literacia. Com o apoio teórico da semiótica e tendo em conta o potencial comunicativo que os videojogos demonstram cada vez mais, serão igualmente explorados importantes conceitos como negociação e desconstrução. Nesse sentido, iremos explorar diversos significantes presentes nos videojogos mais recentes de modo a podermos entender os seus significados como um todo funcional, interativo e imersivo, podendo, assim, contribuir com uma perspectiva mais abrangente em relação a temas de debate não só emergentes como necessários para uma melhor compreensão do desenvolvimento e amadurecimento de uma indústria repleta de profissionais das mais variadas áreas do conhecimento.

Palavras-chave: videojogos; cultura; literacia; comunicação; semiótica.

Abstract

The main focus of this paper will be the videogames as an open artefact to a diverse set of communicative trials. To this will be elaborated a little reflection for the purpose of defending videogames as part of our culture and as a way to expand the concept of literacy. With the support of semiotics theory and taking into account the communicative potential that videogames are increasingly demonstrating, will also be explored important concepts such as negotiation and deconstruction. In this sense, we will explore several significant in different titles so that we can understand their meanings as a functional, interactive and immersive whole and can thus contribute to a more comprehensive perspective on the emerging topics of debate which are as necessary as crucial for a better understanding of the development and maturation of an industry full of professionals from different fields of knowledge.

Keywords: videogames; culture; literacy; communication; semiotics.

Os videojogos enquanto cultura

“Os videojogos podem ser produzidos tendo em conta uma variedade de fins, sejam eles o entretenimento, a educação, o ativismo ou uma combinação destes com outros. (...) Muitos transportam mensagens, apresentam argumentos e almejam por uma expressividade cada vez mais significativa. Isso não deveria

¹ Doutor em Belas Artes (videojogos) pela Universidad Politècnica de València (Espanha). Investigador do CICANT e Professor na Licenciatura de Aplicações Multimédia e Videojogos da ULHT (Lisboa), estando também envolvido na orientação e planificação de diversos videojogos produzidos no âmbito académico em Portugal.

surpreender-nos; na verdade, qualquer média repercute-se numa variedade de registos. Eu quero encorajar os produtores e críticos a prestarem maior atenção ao modo como tais mensagens, argumentos e expressões são construídos através de retóricas processuais em todo o tipo de videojogos” (Bogost, 2007: 59).

O facto dos videojogos existirem a aproximadamente meio século poderá ainda não ser suficiente para serem considerados arte. O mesmo sucedeu-se com a fotografia ou o cinema. Contudo, a sua já longa existência permite-lhes auferir de um estatuto pertencente à dimensão cultural atualmente existente. Katie Salen e Eric Zimmerman vão mais longe, ao referirem que esse estatuto “não é algo a ser negociado ou sequer debatido” pois “os videojogos são, indiscutivelmente, culturais” (2004: 512). Segundo António José Saraiva, “em sentido mais restrito, entende-se por cultura todo o conjunto de atividades lúdicas ou utilitárias, intelectuais e afectivas que caracterizam especificamente um determinado povo” (2003: 11), e se atendermos à reflexão de Johan Huizinga, constatamos, inclusivamente, que “o jogo é mais velho do que a cultura, pois a cultura, ainda que inadequadamente definida, pressupõe a existência de uma sociedade humana e os animais não esperaram que o homem os ensinasse a jogar”. Como tal, “podemos afirmar com segurança que mesmo a civilização humana nada acrescentou de substancial à ideia geral do jogo” (2003: 17). O aparecimento do videojogo, implicou apenas uma adaptação da própria atividade de jogar.

“O jogo começa e, num dado momento, “acaba”. Joga-se a si mesmo até ao fim. Enquanto se desenrola, tudo é movimento, troca, alternância, sucessão, associação, separação. Mas, conotado com as suas limitações no tempo, o jogo apresenta um outro aspecto curioso: assume imediatamente uma forma fixa enquanto fenómeno cultural” (Huizinga, 2003: 26).

Stuart Brown (2008), numa apresentação intitulada “Play is more than fun, it’s vital”, reforça que o jogar e o brincar não devem ser vistas apenas como mera diversão mas sim como uma atividade vital nas nossas vidas, quer socialmente quer culturalmente.

“Sabemos que em animais domésticos e outros, quando são privados de brincar, não desenvolvem um cérebro normal. Pois bem, o programa diz que o contrário de brincar não é trabalhar, mas sim depressão, e para isso basta pensar-se sobre a vida sem as brincadeiras - nada de humor, sedução, filmes, jogos ou fantasias. Tentar imaginar uma cultura ou uma vida, adulta ou não, sem brincadeira. Aquilo que é tão peculiar

sobre a nossa espécie é que somos realmente concebidos para brincar ao longo de todo o nosso tempo de vida” (Brown, 2008).

É uma das atividades que quando envelhecemos começamos a esquecer e que temos de reaprender. Daí que o melhor seja, partindo da ideia de Stuart Brown, procurar mantê-la sempre presente e ativa ao longo da vida. A natureza do jogo que desde sempre sustentou essa atividade e que envolve qualquer videogame é por demais evidente. Com os videogames não houve uma modificação profunda, pois a sua generalidade continua a cingir-se pelos padrões habituais do jogo, que envolvem regras, desafios e objectivos. Houve sim uma liberdade de expansão permanentemente evolutiva, assim como a tecnologia que os suporta. Se avaliarmos o início da história dos videogames, constata-se que a sua maior dificuldade foi, muito provavelmente, o tempo necessário para a aquisição da sua linguagem e do seu funcionamento por parte dos jogadores. O insucesso de *Computer Space* em 1971 deveu-se, fundamentalmente, ao facto dos jogadores não estarem preparados para lidar com tantos botões ao mesmo tempo. A prática de jogar videogames que hoje em dia assumimos como um hábito cultural garantido, simplesmente não existia à meio século atrás.



Figura 1. *Computer Space* (Nutting Associates, 1971). Para um primeiro contacto com os videogames, os controlos não foram bem concebidos. O seu insucesso deveu-se ao facto dos jogadores não estarem devidamente preparados para lidar com tantos botões ao mesmo tempo.

Atualmente, jogar videojogos é uma atividade compreendida e aceite como parte integrante e importante da nossa cultura. Para Katie Salen e Eric Zimmerman, os jogos não só refletem a nossa cultura como, muitas vezes, também a transformam.

“Como sistemas de representação, os jogos *refletem* a cultura (...). Neste caso, as dimensões culturais de um jogo fazem parte do próprio jogo, refletindo valores e ideologias dos contextos adjacentes. Por outro lado, como sistemas de interação, os jogos oferecem formas de participação que ampliam os seus limites (...). Da produção de objetos (...) à exploração e alteração de identidades por parte dos jogadores, os jogos têm o potencial de *transformar* a cultura” (Salen; Zimmerman, 2004: 507).

Dos jogadores mais ávidos aos mais casuais, das consolas mais avançadas aos telemóveis, não há dúvida que os videojogos têm criado um modo de vida para muitas pessoas (DeMaria, 2007: 189-90), o que reflete uma maior compreensão e aceitação por parte de um público cada vez mais abrangente e variado. Apesar dos efeitos ou dos aspectos negativos que possam estar associados aos videojogos, a verdade é que tem havido um interesse maior pelos seus efeitos e aspectos positivos, o que demonstra que atualmente os videojogos são culturalmente aceites com maior naturalidade. A própria natureza do jogo em qualquer videojogo foi evoluindo consoante as necessidades dos seus jogadores que já provaram ser capazes de interagir com os novos videojogos e com as novas consolas que vão surgindo, pois possuem uma literacia que, ao longo das últimas décadas, foi proliferando com maior notoriedade. A massificação dos videojogos *online* ou o sucesso de vendas de consolas Nintendo Wii e, mais recentemente, do Kinect para a Xbox 360, demonstram que a assimilação dessa literacia se encontra ao alcance de um grupo cada vez maior e mais diversificado de jogadores. Poderemos pois estar a assistir a uma verdadeira “reinvenção cultural daquilo que os videojogos poderão ser” (Juul, 2010: 5), um artefacto integrado numa cultura de participação e colaboração, com conteúdos e significados perfeitamente ao alcance de qualquer um. Como consequência, e perante as vantagens que usufruem e que os demarca de outro tipo de média, poderão alargar exponencialmente o seu poder de expressão.

Abertura a uma literacia expansiva

Quanto mais lemos mais aprendemos e alargamos o nosso conhecimento. Ao lermos um livro descobrimos novas palavras, significados e construções frásicas que enriquecem o nosso vocabulário e raciocínio e alargam o nosso potencial interpretativo. Quem lê muito tem uma maior probabilidade de escrever, perceber e dominar melhor determinada linguagem.

“Em diferentes níveis, isso vale para qualquer forma de expressão artística. Para se apreciar uma obra de arte que utiliza novas tecnologias são também necessários saberes específicos, requisitos que podem causar resistência junto do público que não os domina” (Cuzziol, 2009: 22).

O humano, como um ser permanentemente evolutivo, nunca, em nenhum momento da sua vida, conseguirá desligar-se da cultura. São dependentes um do outro. Ler enriquece a cultura humana, assim como visitar um museu, ver um filme ou jogar um videojogo, uma vez que “estamos sempre a aprender alguma coisa” (Gee, 2004: 22). Se definir literacia poderá tornar-se complicado quando se analisa questões ligadas ao texto ou à imagem estática, mais complicado se torna quando alargamos o conceito ao contexto dos videojogos e à análise de todos os seus significantes. Os videojogos obrigam os jogadores a coordenar e dominar múltiplas tarefas que, à primeira vista, poderão parecer bastante simples, mas que acabam por ser extremamente complexas. Do texto, à imagem estática, passando pela imagem dinâmica, o som, a música, a interface, a interatividade ou a jogabilidade, os videojogos desafiam os jogadores a uma maior capacidade de absorção, interpretação, assimilação e acomodação dos seus significados. Para James Paul Gee, “quando as pessoas aprendem a jogar videojogos, elas estão a aprender uma nova literacia” (2004: 13). Ainda assim, essa aprendizagem poderá ser difícil perante a sua permanente dependência ao dinamismo da evolução e expansão dos videojogos, pois à medida que são criados novos videojogos, novas consolas, novos periféricos e novas formas de interação todos os anos, verifica-se que a literacia que os acompanha vai assumindo também novos contornos.

Saber jogar videojogos não é algo que se aprende nos livros, nos filmes ou nas aulas. Não é um processo teórico mas sim prático e variável às experiências individuais.

“Todas as literacias envolvem vários conjuntos de relações entre o consumo (ler) e a produção (escrever). A literacia dos jogos é interessante sob este aspecto, dado que o consumo envolve, de forma inerente, algumas formas de produção por parte do jogador. Os jogadores descodificam e compreendem (“consomem”) a concepção do jogo quando reagem efetivamente a essa concepção para jogar (...). Todavia, essa concepção apenas se torna verdadeiramente consistente quando os jogadores tomam decisões e agem no jogo (...). Se o jogo for suficientemente flexível, os jogadores, em função das suas decisões e ações, produzem jogos relativamente diferentes. Dão continuidade à concepção que os criadores desenvolveram para o jogo, à sua maneira” (Gee, 2010: 221-2).

Apesar da variedade enorme de títulos que procuram estabelecer ligações bidirecionais apoiadas numa forte vertente lúdica, o entendimento da sua linguagem interativa nem sempre se encontra ao alcance de todos. James Paul Gee relata na sua obra a experiência de uma criança de seis anos de idade a jogar videojogos durante várias horas, assim como os comentários do seu avô. Nas palavras do avô “enquanto poderá ser bom para a coordenação mão-olho, é uma perda de tempo porque não há conteúdo algum que possa ser aprendido”. Paul Gee analisa isto como um problema de conteúdo:

“Acredito que o problema de conteúdo tem como base atitudes comuns em relação a ideias como escola, escolaridade, aprendizagem e conhecimento. Essas atitudes são convincentes em parte, porque estão profundamente enraizadas na história do pensamento ocidental, mas, ainda assim, julgo estarem erradas. A ideia é a seguinte: o conhecimento importante (geralmente adquirido na escola) é conteúdo, no sentido de obter informações enraizadas ou, pelo menos, relacionadas com o campo intelectual ou disciplinas como física, história, arte ou literatura. Trabalho que não envolva tal aprendizagem é “insignificante”. Atividades amplamente focadas no divertimento ou no entretenimento e que não envolvam tal aprendizagem são “desprovidas de sentido” (Gee, 2004: 20-1).

A ideia de James Paul Gee vai ao encontro da crítica deixada por Ken Robinson (2006) na palestra “Schools kill creativity” relativamente à hierarquia de matérias generalizada nos sistemas de ensino em todo o mundo.

“No topo estão a matemática e as línguas, depois as humanidades e na base estão as artes. (...) Não existe um sistema educativo no planeta que ensine dança todos os dias às crianças da mesma forma que ensinam matemática. Porquê? Eu penso que a matemática é muito importante mas a dança também. (...) Na verdade o que acontece é que quando as crianças vão crescendo começamos a educá-las progressivamente da cintura para cima. E por fim centramo-nos nas suas cabeças. (...) E a consequência é que muita gente altamente talentosa, brilhante, criativa pensa que não o é, porque a coisa em que eram bons na escola não era valorizada ou era estigmatizada. E eu penso

que não nos podemos dar ao luxo de seguir esse caminho” (Robinson, 2006). Os videojogos são, atualmente, um forte veículo imersivo que consegue estabelecer pontes de ligação com e entre diferentes áreas (intelectuais, artísticas, entre outras). Não só evidenciam uma clara interdisciplinaridade como também contribuem para uma cultura digital envolvente e evolutiva. Para se compreender verdadeiramente o conceito de literacia nos videojogos, é necessário analisá-los para além dos botões pressionados. Não chega ler o manual de instruções de um determinado título e conhecer os seus comandos básicos para se saber jogar, da mesma forma como não chega a um analfabeto conhecer todas as letras do alfabeto para saber ler e escrever. “Jogar um videojogo é, essencialmente, uma experiência lúdica na qual o jogador adquire as capacidades necessárias para ultrapassar os vários desafios” (Juul, 2005: 95). Apesar de Juul referir que “as regras de um videojogo são explicitamente criadas pelos seus produtores e usualmente melhoradas a partir dos seus testes” (2005: 64), deveremos considerar que as abordagens práticas dos jogadores poderão não quebrar as regras mas sim adaptá-las a um pensamento estratégico único não contabilizado pelos seus produtores. Esta perspectiva é explorada numa diversidade de títulos, num combate ativo à ideia de inércia contemplativa estabelecendo, desta forma, uma experiência centrada na liberdade para múltiplas abordagens interativas (Juul, 2005: 81-3), uma vez que nem todos os jogadores ultrapassam as missões ou alcançam os seus objectivos da mesma forma. Nesse sentido, consideramos que jogar videojogos é uma importante atividade na educação porque permite alargar as fronteiras que definem a sua literacia, ao acrescentar-lhe a vontade do ser humano em explorar a dimensão da capacidade criativa que lhe é intrínseca, pois, nas palavras de Ken Robinson, “a criatividade é tão importante na educação como a literacia e devemos tratá-la ao mesmo nível”. Os videojogos já fomentam esse aspecto, ao apelarem a uma constante criatividade por parte de quem os joga. Criatividade essa, que assume um claro desempenho na forma como integra e fomenta a literacia, uma vez que, enquanto recurso necessário para a sua compreensão, oferece à experiência de jogo uma liberdade de processos que estimulam a imaginação e a originalidade de cada jogador numa diversidade orgânica de fruições.

Definir literacia nos videojogos é tão difícil como jogá-los. Encontra-se sempre dependente do humano, da sua cultura, vivências e experiências individuais. Quem joga

muito tem maior probabilidade de conseguir interpretar simultaneamente diversos significados imbuídos numa linguagem definida por uma multiplicidade de áreas artísticas e culturais.

[É precisamente] “pela linguagem que as gerações sucessivas aprendem os modos de fazer legados para gerações precedentes, evitando assim que cada uma das novas gerações tenha de recomeçar sempre de novo as experiências técnicas das predecessoras. Graças à linguagem, a tecnologia pode constituir uma realidade cultural relativamente cumulativa. Graças à linguagem, a técnica é, ao mesmo tempo, tradicional e progressiva” (Rodrigues, 2010: 206-7).

Como resultado, o constante e abrupto crescimento da indústria dos videojogos em muito fica a dever ao entusiasmo das novas gerações de jogadores, cada vez mais conhecedoras e preparadas para o seu futuro. Para Ian Bogost, “o que os videojogos realmente ensinam é como jogá-los” (2007: 241). Jogar videojogos é ver, contemplar, pensar e compreender como devemos interagir com o seu sistema e como podemos explorar as experiências resultantes dessas mesmas interações. Os jogadores mais criativos são mais influentes perante a abertura dos videojogos a diversas possibilidades interativas e essa desenvoltura é o começo da brincadeira exploratória. Ao contrário do que acontece nas escolas ou nas faculdades, os videojogos não penalizam os jogadores pelos seus erros, mas fomentam as suas capacidades criativas, dando-lhes sempre novas oportunidades para voltarem a tentar. As oportunidades vão-se repetindo até que os jogadores consigam ultrapassar o desafio com sucesso. Ken Robinson parte do exemplo das crianças ao referir que elas estão sempre dispostas a arriscar.

“Se não sabem tentam, pois não receiam estar erradas. Com isto não pretendo dizer que estar errado é a mesma coisa que ser criativo. O que sabemos é que se não estivermos preparados para errar nunca conseguiremos nada de original. Quando chegam a adultos, a maior parte das crianças já perdeu essa capacidade, pois ficam com medo de errar. (...) Desenvolvemos sistemas de educação nacionais onde os erros são a pior coisa que podemos fazer. E o resultado é que estamos a educar pessoas sem as suas capacidades criativas” (Robinson, 2006).

Neste aspecto, os videojogos assumem um importante papel de ferramentas lúdicas no apoio ao desenvolvimento, à formação e à preparação dos jogadores em geral. Mesmo tratando-se de desafios em ambientes virtuais, o efeito pedagógico é real e constante, perante as capacidades que os jogadores vão adquirindo. Independentemente dos

videojogos em questão, James Paul Gee considera que jogá-los é uma atividade que não deve ser entendida como “perda de tempo” pois os jogadores estão sempre a aprender algum conteúdo.

“Quando jogados de forma ativa e crítica, os videojogos permitem experiências corpóreas para resolver problemas e refletir nos aspectos intrínsecos relativos ao design de mundos imaginados, às relações sociais e às identidades no mundo moderno”. Para o autor “não é de admirar que nos dias de hoje seja tão difícil para as escolas competirem com os videojogos” (Gee, 2004: 48).

A dimensão semiótica

Tendo em consideração a capacidade dos videojogos em alargar a sua abertura à exploração de diversas experimentações comunicativas, torna-se imperativo mencionar algumas reflexões apoiadas pela matéria teórica que define e suporta a sua dimensão. Isto porque a semiótica interessa-se pela comunicação enquanto geradora de significação, tendo como preocupação principal a relação entre um signo e o seu significado e a forma como os signos se combinam e constituem códigos.

Fundada pelo linguista suíço Ferdinand de Saussure e pelo filósofo americano Charles Sanders Peirce, a semiótica é uma ciência abrangente. Jürgen Trabant deixou clara essa ideia ao reforçar alguns pontos fundamentais discutidos num congresso que aconteceu em 1974 na cidade de Milão:

“Chegou-se à conclusão de que para além da linguagem, que foi considerada desde sempre como o signo por excelência, objetos como a literatura, a arquitetura, as obras de arte plástica, a música, o teatro, etc., eram também «signos», pelo que o tratamento científico de todos eles – que são, em última análise, os objetos da antiga ciência da cultura – tem cabimento no interior da Semiótica. Assim, esta parece tornar-se numa ciência geral da cultura, numa nova ciência da cultura finalmente científica” (Trabant, 1980: 12-3).

Os videojogos, assim como as obras de arte plástica, a música, o teatro, o cinema, entre outros, fazem também parte da nossa cultura, sendo por isso inteiramente dignos de receber o mesmo tratamento semiótico.

“A semiótica (...) tem três áreas de estudo principais: 1) o signo propriamente dito (...); 2) os códigos ou sistemas em que os signos se organizam; 3) a cultura

no interior da qual estes códigos e signos se encontram organizados e que, por sua vez, depende do uso destes códigos e signos no que diz respeito à sua própria existência e forma”. Resumidamente, a semiótica “consiste no estudo de diferentes variedades de signos, das diferentes maneiras através das quais estes veiculam significado, e das maneiras pelas quais se relacionam com as pessoas que os utilizam” (Fiske, 2002: 62).

James Paul Gee entende que “qualquer conjunto de práticas que envolva uma ou mais modalidades (...) para comunicar distintos tipos de significados pertencentes ao domínio semiótico” (2004: 18). Nesse sentido, os videogames são *semiologicamente* muito poderosos uma vez que para além de envolverem processos de descodificação de signos visuais, textuais e sonoros, que comportam e definem a sua totalidade, como acréscimo, auferem ainda de processos de entrada cada vez mais abertos à interatividade e à jogabilidade a cada jogador. Daí que perceber o que os videogames comunicam e o que podem os jogadores aprender com eles possa ser demasiadamente subjetivo, pois depende essencialmente do conhecimento e do repertório cultural de cada um. Diferentes videogames resultam em diferentes experiências uma vez que “diferentes jogadores descobrem diferentes coisas” (Gee, 2004: 81). Assim sendo, “se quisermos entender a essência do videogame, temos que entender o que acontece durante o ato de jogar bem como a experiência que o jogador adquire durante a jogabilidade” (Ermi e Mäyrä, 2005: 1-2). Jogar implica sempre a existência de uma negociação constante entre o jogador e o videogame, entre o dar e o receber, numa troca de significações enquanto processo ativo (Fiske, 2002: 69), e a autenticidade da atividade (jogar videogames) apoia-se num “processo gerador de significados” (Salen e Zimmerman, 2004: 41), “essencial para a realização das potencialidades oferecidas pela jogabilidade” (King e Krzywinska, 2006: 168-9). Sobre este assunto consideramos importante colocar uma longa citação retirada do artigo “As incertezas da comunicação e as incertezas da arte” de Maria Lucília Marcos. Embora relacionada com o abrangente conceito de arte digital, a reflexão da autora vai ao encontro do processo semiótico da negociação que se verifica nas mais diversas e subjetivas experiências fruídas com os videogames.

“A arte digital utiliza a imagem, o som, o texto, o movimento, o tátil, ... explorando a percepção sensorial e multiplicando a capacidade interativa na criação de ficções. (...) Acompanha as ciências e investe nas tecnologias. Inventa jogos e joga com as expectativas dos utilizadores. Pede-lhes que digitem, apenas, e pede-lhes já também que usem todo o corpo, fazendo

movimentos corporais atléticos e com algum dispêndio de energia física. (...) O digital trabalha com informação, bases de dados, localizações, arquivos e simulações de ambientes. A conectividade, a rede, estrutura-se aí, sobre essas determinações prévias, mas convida a uma infinita circulação, ou antes, sugere que o melhor das viagens é viajar, multiplicando experiências e o gosto pela experiência. (...) Em vez de certezas, de mergulhos cegos e de proximidades delirantes, a arte digital (...) vem também alargar o campo das incertezas e propor novas formas de subjetivação. O modo como os sujeitos diferenciam as suas identidades continua a ser relacional, intrinsecamente relacional: na abertura ao mundo, na percepção e experiência do mundo, na *narrativização* do tempo e do espaço, na figuração de si próprios e dos grupos em que se reconhecem, nos discursos e práticas, no simbólico e no material. Nessa viagem, haverá sempre cortinas por abrir, enquanto outras se abrem. O que significa que a experiência é ainda a condição humana essencial. O que significa que o humano, mesmo na proximidade, quase fusão, com a técnica, reterá em si as suas próprias contradições e, na incerteza do que somos e seremos, muito permanecerá ainda em aberto” (2006: 88-9).

Enquanto artefactos digitais, artísticos e culturais, os videojogos integram e assumem um importante papel no campo da arte digital, partilhando muitas das considerações sublinhadas por Maria Lucília Marcos. Os videojogos evidenciam igualmente uma abertura a diferentes e subjetivas abordagens. Reforçam a comunicação bidirecional que ocorre no processo de negociação com o jogador que, por seu lado, não só explora o seu conhecimento, as suas expectativas, os seus gostos, a sua cultura e as suas vivências nas experiências que vai acumulando (Salen e Zimmerman, 2004: 96-7), como estimula as suas capacidades de descodificar e interpretar a linguagem que opera os sistemas dos videojogos que joga. Entender essa linguagem é “apreciar as relações dentro e entre múltiplos sistemas sógnicos (imagens, palavras, ações, símbolos, artefactos, etc.) como um sistema complexo e central na experiência de aprendizagem” (Gee, 2004: 49). Dominar a sua linguagem é dominar os signos que a integram, é saber interpretá-los mesmo considerando a sua polissemia. Um exemplo é a caveira vermelha que se tornou num signo reconhecido por um grande número de jogadores, uma vez que, no universo de imagens onde “habita”, a sua associação ao título *Gears of War* tornou-se praticamente imediata. Se tivermos em consideração a categorização de signos estabelecida por Charles Peirce, que distingue o signo como ícone, índice ou símbolo (Chandler, 2007: 36-7), podemos afirmar que a caveira vermelha assume claramente as três categorias. Primeiramente é ícone, pois possui uma forte similitude com o que representa (roldana e caveira). Seguidamente é símbolo dos *Gears*, pois todos os seus soldados têm a caveira

gravada na armadura - símbolo a funcionar como identidade visual. Esse carácter simbólico acabou também por ser reforçado perante o seu uso repetitivo em variadíssimos fóruns da Internet como imagem (*picture*) de muitos jogadores. Por último, é índice através de uma dupla funcionalidade: tanto é índice de *gameover* no sentido em que aparece gradualmente no centro do ecrã, como “barra de energia”, sempre que o jogador é atingido, como é índice de *cog tag* (item escondido) quando se encontra espalhada pelos vários cenários do mundo virtual enquanto pista. Ao deparar-se com esse signo pintado numa parede ou num objecto do mundo virtual, o jogador sabe que um item escondido se encontra nas suas imediações.



Figura 2. A caveira vermelha de *Gears of War* (Epic Games, 2006).

Um videojogo é pois uma linguagem repleta de signos e significados e “à linguagem compete (...) projetar sempre novos mundos imaginários que se sobrepõem ao mundo propriamente instrumental da tecnicidade” (Rodrigues, 2010: 203). Jogá-lo implica um processo semiótico constantemente ativo e exige a aprendizagem de convenções ao longo da experiência. Concluí-lo resulta não só no uso correto dessa aprendizagem, como no domínio da linguagem que define a sua totalidade.

“Embora com dimensões distintas de outro tipo de média (...) os videojogos são igualmente produtos socioculturais envolvidos em amplos processos, através dos quais os significados circulam nas sociedades que os produzem e

consomem. (...) Implícito ou explícito, o seu material tem, frequentemente, ressonâncias sociais, culturais ou ideológicas, e poderá ser entendido como o reforçar, negociar ou desafiar significados gerados em qualquer parte da sociedade” (King e Krzywinska, 2006: 168).

Como qualquer texto, imagem ou filme, os videojogos procuram, cada vez mais, comunicar e veicular mensagens. Essa é, sem dúvida, uma capacidade que em muito tem contribuído para o amadurecimento da indústria dos videojogos e que deverá continuar a ser explorada. Na indústria cinematográfica, por exemplo, embora muitos dos filmes realizados por ano tenham como principal objectivo entreter o grande público (filmes *mainstream*), outros almejam algo mais. Exploram a estética e o discurso cinematográfico para veicular mensagens, por vezes, com uma forte crítica à sociedade. *Crash*, *Brokeback Mountain*, *Milk* ou *The Hurt Locker*, premiados pela academia de Hollywood e pela academia britânica de artes cinematográficas e televisivas (BAFTA), são alguns filmes recentes que veiculam mensagens sociais, ideológicas e políticas muito fortes. Na indústria dos videojogos o mesmo também sucede, embora em número bem mais inferior. Tal deve-se ao facto de “na maioria dos casos, as dimensões socioculturais, políticas ou ideológicas dos videojogos serem mais vezes implícitos do que explícitos, isto é, nem sempre são fomentados de forma consciente e deliberada pelo design que os define” (King e Krzywinska, 2006: 169). Ainda assim, alguns títulos veiculam mensagens através da estética e do seu discurso interativo. *Fahrenheit*, *Grand Theft Auto IV*, *Fallout 3*, *Heavy Rain*, por exemplo, colocam os jogadores em situações que, por diversas vezes, envolvem escolhas baseadas em valores morais. São videojogos que convidam os jogadores a desenvolver laços de afectividade com algumas das suas personagens, com o intuito de fornecer elementos que os façam duvidar, entre uma abordagem emocional ou racional (Sicart, 2009: 79-80). Seria importante que tal acontecesse com maior frequência nos videojogos.

“A *abertura* e o dinamismo de uma obra consistem (...) em tornar-se disponível para diferentes integrações, para complementos produtivos concretos, canalizando-os *a priori* no jogo de uma vitalidade estrutural que a obra possui, mesmo que não acabada, e que parece válida também em vista de resultados diferentes e múltiplos” (Eco, 2009: 91).

E neste aspecto, os videojogos assumem o exponencial máximo da abertura e do dinamismo no sentido em que proporcionam uma infinidade de experiências aos seus

jogadores. Quanto maior for a abertura da obra, maior o campo de fruições a ser explorado pelos jogadores e a semiótica ajuda a compreender a forma como os signos presentes na linguagem dos videogames poderão reforçar a produção de sentido do conteúdo das mensagens que veiculam. Muitos videogames recriam a História tal como a conhecemos, como em *Call of Duty 2*, enquanto outros exploraram um campo de possibilidades interpretativas mais amplo ao criar virtualidades com cenários alternativos da nossa realidade e ao colocar o jogador nessas virtualidades, sugerindo mensagens como: “isto poderia ter acontecido!” ou “isto poderá acontecer”. Tal como coloca Johan Huizinga:

“Se descobrirmos que o jogo se baseia na manipulação de certas imagens, numa certa «imaginação» da realidade (ou seja, na sua conversão em imagens), então o nosso principal objectivo será o de perceber o valor e o significado dessas imagens e da sua «imaginação»” (Huizinga, 2003: 20).

Freedom Fighters apresenta um cenário após a Segunda Guerra Mundial, no qual a União Soviética vence a Guerra Fria. Com o passar dos anos, o seu exército foi conseguindo invadir os Estados Unidos da América sob as ordens de um tirano ditador. Propagandas políticas, ilusões deturpadas e uma “realidade” alternativa fizeram de *Freedom Fighters* uma das grandes surpresas de 2003. Ao contrário de *Call of Duty 2*, *Freedom Fighters* oferece aos jogadores uma simulação de algo que poderia ter acontecido, explorando o contramito de uma América destruída e fragilizada, incapaz de ripostar. O jogador controla Christopher Stone, um canalizador que se junta a uma organização de resistentes para lutar pela liberdade do seu país. À medida que o jogo vai avançando, Stone torna-se num dos líderes da resistência e o jogador vai adquirindo maior poder de influência numa guerra que tem como principal objectivo derrubar a organização Soviética, dar força a uma América desacreditada em si própria e levantar novamente a sua enorme potência mundial. As conotações inerentes ao patriotismo são evidenciadas nos discursos de Christopher Stone ao povo norte-americano, transportando inevitavelmente para o jogador a mesma vontade de reconstruir digitalmente a tão desejada utopia do “*Sonho Americano*”. Apesar da sua linearidade, *Freedom Fighters* é um videogame com uma forte vertente comunicativa, pois reúne na sua totalidade um conjunto notável de mensagens, imagens e valores culturais, e o jogador, como leitor e interpretante,

desempenha um papel ativo nos seus processos de significação. Segundo o autor John Fiske “a leitura é algo que aprendemos a fazer: ela é determinada pela experiência cultural do leitor” (2002: 63), e no contexto de *Freedom Fighters* a observação de Fiske é, sem dúvida, funcional. O constante confronto que apresenta entre o mito de uma América indestrutível e o contramito de uma América caótica, oprimida e devastada, encontra-se subentendido em plano de fundo, como cenário montado de uma guerra interna entre um sistema governamental opressor e a motivação passional incessante que leva um grupo de resistentes a quebrar as leis impostas e a tornar os Estados Unidos da América num país novamente livre e democrático. Muitos destes videojogos procuram essencialmente estimular o sentido crítico em cada jogador sendo, por vezes, o facto de apelarem a esse sentido crítico o que mais assusta as pessoas, talvez por não se encontrarem suficientemente preparadas para debater determinados assuntos, como realidades que poderiam ter acontecido ou que eventualmente ainda poderão acontecer.



Figura 3. *Freedom Fighters* (IO Interactive, 2003).

Na introdução da sua obra, Barry Atkins apresenta o seu testemunho pessoal relativamente à experiência que usufruiu, enquanto jogador, com um videojogo sobre a Segunda Guerra Mundial.

“Jogar videojogos com soldados virtuais e reescrever a história da Segunda Guerra Mundial com vantagem para a Alemanha Nazi não era nada de que me

pudesse orgulhar. No entanto, alguns destes aspectos deixaram-me intrigado ao mesmo tempo que perturbado. Um videojogo comercializado através de uma retórica de ‘autenticidade’, assim como ‘realista’ e como ‘simulação’, conduziu-me para um desvio substancial do referente histórico abordado. Em termos leigos, algures na interação entre mim e o videojogo, uma versão fictícia de uma campanha militar histórica tinha sido criada” (Atkins, 2003: 2).

Nesta reflexão, Barry Atkins levanta aspectos importantes sobre os videojogos e sobre a possibilidade de reescrita da história enquanto se joga, o que implica um processo extremamente complexo e praticamente simultâneo entre construção e desconstrução (diferente de destruição). Introduzido na década de [19]60 pelo filósofo francês Jacques Derrida, desconstruir significa retirar a substância, a ideia, o sentido que une diversos elementos constitutivos do que quer que seja. Significa colocar todos esses elementos em evidência bem como a substância unificadora, e descrever fenomenologicamente a totalidade significativa da qual fazem parte, isto é, compreendê-la para além da simples soma das suas partes, podendo originar uma infinidade de processos de significação (Chandler, 2007: 79-80). Atkins reforça pois a ligação existencial entre construção e desconstrução, visto que à medida que foi construindo virtualmente no videojogo foi desconstruindo mentalmente o significado associado aos factos reais da Segunda Guerra Mundial. E é precisamente pela comparação e pela relação entre o que criou virtualmente e o que realmente aconteceu, que a mensagem veiculada adquire maior impacto.

Apesar das maiores ou menores possibilidades criativas que cada videojogo ostenta, o potencial comunicativo e o respectivo impacto das mensagens, por diversas vezes, fomentadas deve-se, fundamentalmente, à sua capacidade de colocar o jogador a experienciar simulações em ambientes virtuais cada vez mais evoluídos e “realistas”. É comum ouvir muitas pessoas, jogadores ou não, afirmarem que os videojogos são uma “fuga” à realidade. Mas se considerarmos os títulos sobre a Segunda Guerra Mundial, até que ponto poderão ser vistos como uma “fuga” à realidade? *First-person shooters* como *Battlefield 1942* ou *Brothers in Arms: Road to Hill 30*, apresentam um enorme conjunto de referentes da realidade e de factos que relatam alguns dos acontecimentos marcantes da História. Conforme noticiado no *site* oficial da produtora (*Gearbox Software*, 2005), *Brothers in Arms: Road to Hill 30* serviu inclusivamente de fonte de inspiração e constante referência material (sobretudo na recriação dos cenários de guerra descritos) no documentário do *The History Channel* intitulado “Brothers in Arms: The Untold Story of

The 502” (2006). Nas palavras da diretora de programação do *The History Channel*, Margaret Kim, trata-se de “um dos mais autênticos videojogos criados sobre a Segunda Guerra Mundial” conseguindo “gerar cenários e ambientes ideais para o programa”. E se o impacto das imagens e animações de *Brothers in Arms: Road to Hill 30* no documentário é grande, maior será quando exploradas e “habitadas” (Stam, 2001: 302) pelos jogadores no próprio jogo.

Os videojogos são poderosos veículos de comunicação e muitos dos que se encontram inseridos neste mesmo género geram, por diversas vezes, polémicas e debates devido ao conteúdo que apresentam. Lee Bradley, no artigo “Yes, Video Games are Political” (2009), vai mais longe ao afirmar que:

“A generalidade dos videojogos com uma vertente mais comercial, mesmo aqueles aparentemente vazios de discurso político, são também implicitamente políticos. Apesar de, na sua maioria, não serem desenvolvidos com o intuito de resolver questões políticas ou de veicular mensagens políticas ostensivas, acabam por refletir os valores e as ideologias populares intrínsecos à cultura”.

A sua reflexão vai ao encontro da ideia de Ian Bogost, quando refere que “ao jogar estes videojogos e desvendar as reivindicações que as suas retóricas processuais fazem sobre situações políticas, podemos adquirir uma diferente perspectiva sobre as ideologias que as suportam” (2007: 75). Nos Estados Unidos da América (EUA), um desses recentes casos surgiu com o lançamento do novo título *Medal of Honor*. O debate “Politics of Videogames: Reality and Overreaction” (2010), conduzido pela jornalista Laura Flanders e com a participação de Kieron Gillen e Lucas Siegel, reúne alguns dos tópicos que motivaram maior discussão em torno do videojogo.



Figura 4. Talibã em *Medal of Honor* (Danger Close / Digital Illusions CE, 2010).

Para além do facto de se basear na guerra do Afeganistão, o seu o modo *multiplayer* permite aos jogadores a escolha entre um soldado norte-americano ou um talibã, tendo sido a palavra, ou signo arbitrário, “talibã” o principal responsável da polémica devido às conotações que a envolvem. Este tipo de escolha não teria causado um impacto tão grande se ao invés de “talibã” a palavra fosse “terrorista”, como aconteceu em *Counter-Strike*. Contudo, face às situações e às relações políticas atuais entre os EUA e o Afeganistão, as questões em torno do que suscita o significado de “talibã” no mundo ocidental, assumiram contornos mais dramáticos no videojogo, perante o choque cultural suscitado pela liberdade de escolha que apresenta. Convém neste ponto deixar uma pergunta em aberto: a polémica em torno de *Medal of Honor* teria sido a mesma caso não existisse essa liberdade de escolha e os jogadores fossem obrigados a jogar sempre como soldados norte-americanos numa guerra contra os talibãs?

Harry Bown deixa um alerta aos “legisladores, educadores e pais para permanecerem cautelosos a videojogos que envolvem perigos mais subtis, muitas vezes, disfarçados pela inocente ideia do dever” (2008: 61), referindo-se ao título *America’s Army* como um estranho paradoxo. Disponível gratuitamente na Internet, foi desenvolvido pelo exército norte-americano em 2002 como ferramenta de recrutamento de jovens, tendo sido financiado por um governo constituído por alguns elementos que, na altura, se opunham à violência nos videojogos. *America’s Army* procura envolver os jogadores, enquanto

soldados americanos, em diversas experiências, simuladas no sentido de os preparar para cenários e situações de guerrilha (Brown, 2008: 61-2).

Como foi referido anteriormente, se, por um lado, os videojogos poderão ser considerados uma “fuga” da realidade, por outro, poderão ser uma aproximação a uma outra (guerra) através de simulações de experiências em ambientes virtuais. E essa aproximação causa maior impacto quando envolve temas políticos ou sociais sobre a realidade de um país (neste caso os EUA). *Medal of Honor*, como muitos outros videojogos, é, portanto, baseado numa realidade que existe e pela qual não foi responsável, uma realidade que resultou de decisões políticas controversas e discutíveis, pois como salienta a jornalista Laura Flanders, “o problema não é o videojogo mas sim o facto de se continuar a enviar pessoas para a guerra no Afeganistão”. *Medal of Honor* aborda um assunto delicado por ser atual e o seu conteúdo não vem criar novos problemas mas lembrar os reais já existentes que, por não terem sido ainda resolvidos, afectam e preocupam o mundo ocidental.

Como Steven Johnson dá a entender no artigo “SimCandidate – Video games simulate sports, business, and war. Why not politics?” (2003), talvez fosse já tempo de se explorar as capacidades únicas dos videojogos para se criar novos e diferentes títulos, no sentido de “envolverem os jogadores em temas importantes enquanto jogam” (Bogost, 2006: 120). Num discurso mais crítico, e perante o apoio dado a videojogos como *America's Army*, talvez fosse útil apoiar também a criação de videojogos que permitissem aos políticos experimentarem virtualmente possíveis soluções para problemas reais, de modo a prepará-los melhor para eventuais cenários de crise económica, política e social. Um videojogo de gestão política e económica, no qual se pudesse simular a aplicação de determinadas medidas, poderia ser importante para uma melhor avaliação de resultados. Um videojogo que ajudasse a simular a gestão do orçamento de estado de um país com o intuito de testar e perceber qual a solução que melhor serviria o país a longo prazo. Em suma, videojogos que ensinassem a praticar políticas sustentáveis face à situação do país.

“Videojogos que apresentam aspectos políticos ou governamentais poderão ser baseados em realidades correntes, em situações históricas ou em cenários totalmente fictícios. Seja qual for o caso, a aprendizagem e a experiência de jogá-los poderá ajudar os jogadores a estarem sofisticadamente mais informados, tanto sobre problemas políticos como sociais” (DeMaria, 2007: 137).

O grande potencial semiótico dos videogames, em relação aos restantes artefactos artísticos e culturais, é precisamente o de convidar o jogador, “enquanto um ser moral capaz de gerar raciocínio ético” (Sicart, 2009: 198), a experienciar simulações virtuais que estimulem a reflexão sobre os problemas reais que marcaram, marcam ou poderão marcar o mundo em que vive.

Conclusão

Comunicar foi desde sempre uma necessidade vital dos seres humanos e as tecnologias com as quais vivem atualmente vêm proporcionar-lhes um maior grau de expansão. Essa expansão traduz-se, não só num plano tecnológico, como também social, artístico e cultural. Os videogames fazem parte dessa expansão. Desde o início da sua história nunca se tornaram obsoletos. Não só acompanharam a evolução natural dos acontecimentos, como criaram e desenvolveram um pensamento orientado à sua própria génese.

Cultura, Literacia e Semiótica são três campos extremamente abrangentes, complexos e interligados, e os videogames conseguem não só integrar os três na sua totalidade como motivar constantemente a expansão das suas dimensões, no sentido de atualizarem permanentemente os requisitos necessários para a compreensão da evolução da sua indústria. Eles tornaram-se artefactos culturais, criaram uma nova linguagem e expandiram-na com o passar dos anos, desenvolveram as suas capacidades e as dos jogadores e alargaram a sua abertura a experiências com possibilidades cada vez mais diversificadas. Jogá-los implica aprender e/ou desenvolver uma literacia capaz de compreender e dominar essa linguagem e a semiótica permite apoiar a negociação comunicativa enquanto prática sugestiva, no sentido de acrescentar e retirar sentido à experiência. Assim sendo, “devemos pensar nos videogames não apenas como uma das maiores indústrias de entretenimento do mundo, mas também como um poderoso meio de expressão e comunicação; uma abrangente ferramenta para a criatividade no século XXI” (Sicart, 2009: 223).

Referências bibliográficas

Atkins, B. (2003) *More Than a Game: The Computer Game as Fictional Form*. Manchester: Manchester University Press.

BOGOST, I. (2006) *Unit Operations: An Approach to Videogame Criticism*. Cambridge & Massachusetts: The MIT Press.

BOGOST, I. (2007) *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge & Massachusetts: The MIT Press.

BRADLEY, L. (2009) “Yes, Videogames are Political”, *Collect*, disponível em: <http://lbcollect.wordpress.com/2009/10/05/videogame-politics-the-rise-of-the-we>, consultado a 25 de Maio de 2014.

BROWN, H. J. (2008) *Videogames and Education*. New York: M.E. Sharpe.

BROWN, S. (2008) “Play is more than fun, it’s vital” [apresentação], *TED – Ideas worth spreading*, 27 min., disponível em: http://www.ted.com/talks/lang/eng/stuart_brown_says_play_is_more_than_fun_it_s_vital.html, consultado a 26 de Maio de 2014.

CHANDLER, D. (2007) *Semiotics The Basics*. New York: Routledge.

CUZZIOL, M. (2009) “Afimial o que é «arte e tecnologia»?”. In AA.VV (eds.) *Inside [Arte e Ciência]*, pp.20-3. Lisboa: LxXL.

DEMARIA, R. (2007) *Reset – Changing The Way We Look at Video Games*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.

ECO, U. (2009) *Obra Aberta*. Lisboa: Difel.

ERMI, L., MÄYRÄ, F. (2005) “Fundamental Components of the Gameplay Experience: Analysing Immersion”. *Proceedings of DiGRA 2005 Conference: Changing Views – Worlds in Play*, disponível em: <http://www.digra.org/dl/db/06276.41516.pdf>, consultado a 26 de Maio de 2014.

FISKE, J. (2002) *Introdução ao Estudo da Comunicação*. Porto: Edições ASA.

Gearbox Software (2005) *Gearbox Community*, “BiA and the History Channel!”, disponível em: <http://www.gearboxsoftware.com/community/articles/164/bia-and-the-history-channel>, consultado a 25 de Maio de 2014.

GEE, J. P. (2004) *What Videogames Have To Teach Us About Learning And Literacy*. New York: Palgrave Macmillan.

GEE, J. P. (2010) *Bons Videojogos + Boa Aprendizagem: Colectânea de Ensaios sobre os Videojogos, a Aprendizagem e a Literacia*. Mangualde, Ramada: Edições Pedagogo.

GRITtv (2010) “The Politics of Videogames: Reality and Overreaction” [debate conduzido por Laura Flanders], Estados Unidos da América, 13 min, disponível em: <http://blip.tv/grittv/grittv-the-politics-of-videogames-reality-and-overreaction-4256865>, consultado a 25 de Maio de 2014.

HUIZINGA, J. (2003) *Homo Ludens*. Lisboa: Edições 70.

JOHNSON, S. (2003) “SimCandidate – Video games simulate sports, business, and war. Why not politics?”, *Slate Magazine*, disponível em: <http://www.slate.com/articles/technology/webhead/2003/12/simcandidate.html>, consultado a 25 de Maio de 2014.

JUUL, J. (2005) *Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*. Cambridge & Massachusetts: The MIT Press.

JUUL, J. (2010) *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. Cambridge & Massachusetts: The MIT Press.

KING, G. e KRZYWINSKA, T. (2006) *Tomb Raiders & Space Invaders – Videogame Forms & Contexts*. London: I.B. Tauris.

MARCOS, M. L. (2006) “As incertezas da comunicação e as incertezas da arte”. In MOURÃO, J. A. (org.) *Arte e Comunicação – Revista de Comunicação e Linguagens*, nº. 37, pp.83-9. Lisboa: Relógio D’Água.

ROBINSON, K. (2006) “Schools kill creativity” [apresentação], 20 min., *TED – Ideas worth spreading*, disponível em: http://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity.html, consultado a 26 de Maio de 2014.

RODRIGUES, A. D. (2010) *Comunicação e Cultura - A Experiência Cultural na Era da Informação*. Lisboa: Editorial Presença.

SALEN, K., ZIMMERMAN, E. (2004) *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge & Massachusetts: The MIT Press.

SARAIVA, A. J. (2003) *O Que é a Cultura*. Lisboa: Gradiva.

SICART, M. (2009) *The Ethics of Computer Games*. Cambridge & Massachusetts: The MIT Press.

STAM, R. (2001) *Teorias del Cine*. Barcelona: Paidós.

TRABANT, J. (1980) *Elementos de Semiótica*. Lisboa: Editorial Presença.

Videojogos mencionados

America's Army (United States Army, 2002).

Battlefield 1942 (Digital Illusions CE, 2002).

Brothers in Arms: Road to Hill 30 (Gearbox Software, 2005).

Call of Duty 2 (Infinity Ward, 2005).

Computer Space (Nutting Association, 1971).

Counter-Strike (Valve Corporation, 1999).

Fahrenheit (Quantic Dream, 2005).

FallOut 3 (Bethesda Game Studios, 2008).

Freedom Fighters (IO Interactive, 2003).

Gears of War (Epic Games, 2006).

Grand Theft Auto IV (Rockstar North, 2008).

Heavy Rain (Quantic Dream, 2010).

Medal of Honor (Danger Close / Digital Illusions CE, 2010).