

Mídias lúdicas: conceituação a partir de um panorama dos estudos de jogos e das teorias da comunicação¹

Thífani Postali²
Tadeu Rodrigues Iuama³

Resumo: O presente artigo propõe o conceito de *mídia lúdica*. Nesse sentido, objetiva apontar para uma intersecção entre as teorias da comunicação e os estudos dos jogos. Parte de uma revisão de literatura tanto do jogo como tema de autores clássicos da comunicação quanto dos potenciais comunicacionais percebidos pelos estudos dos jogos, tais como Marshall McLuhan, Gregory Bateson, Walter Benjamin, Henry Jenkins, Jesper Juul e Janet Murray. Como resultados, apresenta um conceito transdisciplinar e mestiço, intersecção entre comunicação e jogo, tributário da complexidade.

Palavras-chave: Comunicação. Estudos de jogos. Ludonarrativas. Mídias Lúdicas.

1 Introdução

De um ponto de vista amplo, os jogos são considerados fenômenos culturais comuns à humanidade e são observados sob a ótica de diferentes áreas do conhecimento. Ao mesmo tempo, por vezes é percebida uma ludicidade no próprio ato de se comunicar. O artigo busca apresentar a transdisciplinaridade entre os estudos da comunicação – quando o jogo se encontra como objeto de estudo –, bem como a comunicação presente nos estudos de jogos.

A partir de uma pesquisa de caráter bibliográfico (STUMPF, 2010), com levantamento de teóricos que compreendem o nosso referencial de pesquisa em comunicação (Marshall McLuhan, Gregory Bateson, Walter Benjamin, Henry Jenkins, Pierre Lévy, Iuri Lotman e Vilém Flusser) e jogos (Janet Murray, Jesper Juul, Mary Flanagan e Helen Nissenbaum, Frans Mäyrä, Jane McGonigal, Katie Salen e Eric Zimmerman), buscamos desenvolver um conceito que abarque o diálogo entre esses dois aportes teóricos.

¹ Artigo apresentado ao Grupo de Trabalho Narrativas contemporâneas nas mídias do XV Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura, realizado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, Universidade de Sorocaba – Uniso – Sorocaba, SP, 27 e 28 de setembro de 2021.

² Colíder do Grupo de Pesquisas em Mídias Lúdicas (Uniso/CNPq), Doutora em Multimeios (Unicamp), thifani.postali@prof.uniso.br.

³ Colíder do Grupo de Pesquisas em Mídias Lúdicas (Uniso/CNPq), Doutor em Comunicação (UNIP), tadeu.iuama@belasartes.br.

A intenção surgiu a partir das interlocuções do grupo de pesquisa Mídias Lúdicas (MiLu - CNPq⁴), sediado no curso de Jogos Digitais, da Universidade de Sorocaba. O grupo propõe diálogos que envolvem estudos de jogos a partir de um olhar de pesquisadores da área de comunicação. Nesse sentido, a busca por um conceito que em sua essência, aproximasse ambas as áreas, nos é salutar.

A proposta não é esgotar as discussões a respeito, nem hierarquizar autores de nosso referencial como exclusivos ao conceito. Pelo contrário: a partir dos teóricos que temos maior familiaridade, convidamos outras perspectivas para o diálogo futuro.

2 O jogo na comunicação

Por diversos caminhos, a comunicação se debruça sobre os jogos. Ao observarmos um dicionário de comunicação, os *games* são assumidos como uma categoria dos estudos de mídia (*media studies*), ou seja, “um conjunto diversificado de aportes teóricos e rubricas em torno dos quais o ensino e a pesquisa em comunicação se estruturam” (ALBUQUERQUE, 2014, p. 260) que “congregam trabalhos cujo objetivo diz respeito à relação entre tecnologias da comunicação, linguagens e processos de apropriação social e cultural de que elas se fazem objeto em diferentes contextos” (ALBUQUERQUE, 2014, p. 260).

Nessa perspectiva, o verbete sobre *games* aponta que:

Para os estudos da comunicação, a importância dos *games* reside em sua característica de operar como um meio de meios, ou seja, um meio que acolhe os diferentes formatos, códigos e linguagens presentes nas formas literárias, cinematográficas, radiofônicas, televisivas, fotográficas e demais suportes midiáticos. Além disso, sensibilizam os diversos sentidos humanos, requerendo de seus jogadores o uso de habilidades cognitivas distintas, como sensorimotoras, sociais, afetivas, lógicas e representacionais. Os *videogames* tornaram-se, assim, um potente meio de comunicação, interação e sociabilidade na cultura contemporânea (REGIS, 2014, p. 278).

⁴ Espelho no Diretório de Grupos de Pesquisa: dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/9168862836506004.

Além dos estudos de mídia, outras perspectivas comunicacionais têm nos jogos um tema de pesquisa recorrente. Nesse sentido, a relação entre videogames⁵ e Comunicação é também patente no âmbito da cibercultura, compreendida como:

[...] o conjunto de saberes, hábitos e discursos (sociais, políticos, econômicos, históricos, artísticos) que se assenta em torno de três princípios básicos: a liberação do polo da emissão da informação, o crescimento da conexão aberta e planetária, e a reconfiguração de práticas associadas à indústria cultural de massa (LEMOS, 2014, p. 413).

Dentre os principais autores de tal corrente, destacamos Pierre Lévy (1999) que observa, entre outras coisas, a interatividade dos videogames. Interesse similar é tido por Henry Jenkins (2008), teórico da mídia cuja base situa-se numa intersecção entre os estudos de mídia e a cibercultura. Sua abordagem da contemporaneidade pode ser compreendida por meio de “três termos-chave – convergência, inteligência coletiva e participação” (JENKINS, 2008, p. 49). Respectivamente, esses termos dizem respeito “a uma situação em que múltiplos sistemas midiáticos coexistem e em que o conteúdo passa por eles fluidamente” (JENKINS, 2008, p. 333), a “capacidade de comunidades virtuais de alavancar o conhecimento e a especialização de seus membros, normalmente pela colaboração e discussão em larga escala” (JENKINS, 2008, p. 337) – conceito absorvido de Lévy – e as “formas de engajamento do público moldadas pelos protocolos sociais e culturais” (JENKINS, 2008, p. 339).

Assumindo que “a cibercultura do século XXI é a cultura da convergência” (LEMOS, 2014, p. 418), estudar mídias como os videogames é algo recorrente nas reflexões jenkinsianas, uma vez que estes apresentam afinidade com os três termos-chave de sua cultura da convergência.

Contudo, não é apenas com o advento dos (vídeo)games como forma predominante de entretenimento na sociedade contemporânea que a Comunicação passa a se interessar pelo tema. Distintas Escolas de pensamento têm no jogo um tema de interesse. No presente artigo, apresentaremos algumas das visões da comunicação acerca do jogo. A intenção da exposição não é de caráter exaustivo, e sim representativo: embora

⁵ Para nossa discussão, consideramos o uso de videogames como descolado da designação específica de jogos de console, dizendo respeito a toda e qualquer plataforma que aceite um jogo digital, tais como smartphones e computadores.

outros autores tenham se dedicado ao tema, muitos dos quais escapam de nossos limites de apreensão, as perspectivas aqui elencadas dizem respeito a autores seminais nos estudos de comunicação.

Iniciaremos pela Escola de Palo Alto, herdeira de uma perspectiva interdisciplinar que aborda antropologia, psicologia, cibernética, teoria dos sistemas, entre outras. Nessa perspectiva, a comunicação é entendida como “um processo de interação no qual significados são produzidos e compartilhados pelos interlocutores em um contexto” (FRANÇA; SIMÕES, 2014, p. 174).

Dentre os pesquisadores da Escola de Palo Alto, destaca-se o antropólogo Gregory Bateson, “figura central do grupo” (FRANÇA; SIMÕES, 2014, p. 170), que aborda o jogar⁶ como um de seus temas. Para compreender a importância dada à brincadeira pelo antropólogo, é necessário assumir que, para a Escola de Palo Alto,

[...] é preciso sempre pensar em dois níveis básicos que conformam as relações entre os interlocutores: o da comunicação e o da metacomunicação. Ou seja, em todo processo comunicativo existe um nível denotativo, que diz respeito ao conteúdo da comunicação. Além deste, existe outro que aponta para a relação que se estabelece entre os sujeitos, que se sobrepõe ao primeiro e orienta as ações e condutas dos envolvidos. Esse segundo nível é chamado de metacomunicação e se refere ao enquadre ou enquadramento das situações comunicativas (FRANÇA; SIMÕES, 2014, p. 174).

Nesse sentido, Bateson (2000, p. 41) afirma que

[...] a brincadeira representa um passo à frente na evolução da comunicação – o passo crucial na descoberta das relações mapa-território. No processo primário, mapa e território são neutralizados; no processo secundário podem ser diferenciados. Na brincadeira, são simultaneamente neutralizados e diferenciados.

⁶ Cabe ressaltar as questões de tradução envolvidas no tema. O verbo anglófono *to play* é amplo e impossível de ser traduzido precisamente para o português. Algumas dentre as possibilidades são jogar, brincar, tocar (um instrumento musical), atuar (numa peça de teatro). Além disso, em algumas ocasiões, outras traduções são aplicadas – tal como brincadeira. Nesse sentido, *A Theory of Play and Fantasy* (título original do texto de Bateson) passa a ser *Uma Teoria Sobre Brincadeira e Fantasia* (tradução publicada no Brasil). Para nossos propósitos, todos os termos serão tratados como sinônimos, assim como as relações entre o jogar (*to play*) e o jogo (*game*). Nossa justificativa para tal é a relação de todos esses temas com o lúdico.

É a partir dessa relação, percebida primeiramente no jogar dos animais, que Bateson chegará em conceitos como a homeostase e o duplo vínculo.

Para a Escola de Toronto, grupo cuja premissa “diz respeito à influência decisiva que os meios de comunicação exercem na reconfiguração da percepção e da cognição humana” (CASTRO, 2014, p. 178), uma vez que “cada novo meio propõe uma modalidade toda própria de organização e veiculação da informação, impactando a maneira como percebemos e processamos nossa experiência no mundo” (CASTRO, 2014, p. 178). Seu “mais célebre integrante” (CASTRO, 2014, p. 178) é o filósofo Marshall McLuhan defendia que “precisamos prestar atenção aos *media* para compreender as transformações culturais e psicossociais à nossa volta” (CASTRO, 2014, p. 178). De acordo com McLuhan (1971, p. 266-267):

Torna-se compreensível o enorme apelo exercido pelos jogos nos tempos recentes – beisebol, rúgbi, e hóquei no gelo – se os encararmos como modelos externos da vida psicológica interna. Na qualidade de modelos, são antes dramatizações coletivas do que particulares da vida interior. Como nossos idiomas vernáculos, todos os jogos são meios de comunicação interpessoal e podiam não possuir existência nem significado a não ser como extensões de nossas vidas internas imediatas.

Por conta dessa característica, quando “mudam as culturas, mudam os jogos” (MCLUHAN, 1971, p. 269), já que “as práticas sociais de uma geração tendem a ser codificadas sob as formas de ‘jogos’ pela geração seguinte” (MCLUHAN, 1971, p. 268).

Tal visão de jogo como instrumento de transmissão cultural não repousa apenas na teoria mcluhaniana, já que outras Escolas, mesmo que radicalmente distintas em suas perspectivas epistemológicas, compartilham da mesma concepção. Na presente exposição, duas delas serão abordadas.

A primeira é a Escola de Frankfurt, grupo heterogêneo de pesquisadores cujo ponto de aglutinação foi a “Teoria Crítica da Sociedade, uma linha de pensamento com forte inspiração marxista e aberta a outras correntes, entre as quais, de maneira pioneira na época, a psicanálise freudiana” (COHN, 2014, p. 147) que buscava “os traços da constituição interna e do modo de funcionamento da sociedade” (COHN, 2014, p. 153).

Dentre os pensadores habitualmente associados à Escola de Frankfurt, destacamos Walter Benjamin⁷.

Em meio à miríade de temas abordados por Benjamin, figura também o jogar (ou brincadeira, em tradução dada ao verbo alemão *Spielen* – de significado similar ao inglês *to play*). Benjamin (2012) apresenta um argumento equivalente ao usado posteriormente por McLuhan, no que diz respeito ao papel de transmissão transgeracional dos valores culturais. De acordo com o filósofo,

Talvez seja esta a raiz mais profunda do duplo sentido da palavra alemã *Spielen* [brincar e representar]: repetir o mesmo seria seu elemento comum. A essência da representação, como da brincadeira, não é “fazer como se”, mas “fazer sempre de novo”, é a transformação em hábito de uma experiência devastadora. Pois é a brincadeira, e nada mais, que está na origem de todos os hábitos. Comer, dormir, vestir-se, lavar-se, devem ser inculcados no pequeno e agitado ser através de brincadeiras, acompanhadas pelo ritmo de versos e canções. É da brincadeira que nasce o hábito, e mesmo em sua forma mais rígida o hábito conserva até o fim alguns resíduos da brincadeira (BENJAMIN, 2012, p. 271).

Destacamos também as reflexões sobre o jogo realizadas pela Escola de Tártu-Moscou, cuja abordagem é também conhecida como semiótica da cultura que, a partir da noção de texto, “[...] oferece a perspectiva de que a cultura gera estrutura para a vida social – uma semiosfera embasando a sociosfera –, de tal modo que os códigos/sistemas de signos sejam regentes das interações humanas” (PINTO, 2014, p. 505).

Um dos “contribuidores mais conhecidos” (PINTO, 2014, p. 505) dessa Escola é o semioticista Iuri Lotman. De acordo com o autor,

[...] o jogo não se opõe nunca ao conhecimento: pelo contrário, ele é um dos meios mais importantes de aquisição das diferentes situações vitais, de aprendizagem de tipos de comportamento. Os animais superiores ensinam aos seus filhos todos os aspectos do comportamento que não são depositados automaticamente no programa genético unicamente com a ajuda do jogo. O jogo possui uma enorme significação aquando da aprendizagem de um tipo de conduta, porque ele permite modelizar situações, na inserção das quais um indivíduo não preparado seria ameaçado de morte, ou situações, cuja criação não depende da vontade do ensinado. Além disso, uma situação convencional (real) é substituída por uma situação convencional (lúdica). Isso apresenta grandes vantagens. Em primeiro lugar, o ensinado recebe a possibilidade de

⁷ Apesar de nunca ter sido formalmente membro da Escola de Frankfurt, Benjamin colaborou com os diálogos intelectuais, sobretudo com Theodor Adorno.

suspender uma situação no tempo (de refazer um golpe, de “passar”). Em segundo lugar, aprende a modelizar na sua consciência essa situação, visto que sob o aspecto do jogo ele representa um sistema amorfo da realidade, cujas regras podem e devem ser formuladas. A isto está ainda ligada uma importante propriedade: o jogo dá ao homem a possibilidade de uma vitória convencional sobre um invencível (sobre a morte, por exemplo) ou sobre um adversário muito poderoso (o jogo da caça na sociedade primitiva). Isto determina também a significação mágica do jogo e da sua propriedade psicoeducadora extremamente importante: ajuda a ultrapassar o medo perante situações idênticas e forma uma estrutura de emoções indispensável para a atividade prática (LOTMAN, 1978, p. 120).

O jogo, dessa maneira, configura um sistema modelizante (LOTMAN, 1978) de comportamentos que antecede a condição humana. Nesse sentido, embora seja tratado exclusivamente a partir de seu caráter pedagógico – um reducionismo, também visto em Benjamin, com o qual não concordamos –, o jogo operaria função basilar no desenvolvimento da comunicação.

Finalizamos com a comunicologia de Vilém Flusser. Definido como “um sistema que se compõe de elementos combinados entre si segundo regras” (FLUSSER, 2014, p. 257), o jogo figura como método para estudar as dinâmicas comunicológicas (FLUSSER, 2007), ou seja, as relações estruturais entre transmissão (discurso) e processamento (diálogo) de informações (FLUSSER, 2014). Nesse sentido, é ferramenta epistemológica para compreender a sociedade contemporânea. Exemplo disso é que

Os jogos podem ser complexos estrutural ou funcionalmente. O xadrez é estruturalmente simplíssimo. Funcionalmente, é complexíssimo. Pode-se formular a seguinte tese: a humanidade se desenvolve ou avança na medida em que seus jogos se tornam mais simples estruturalmente e mais complexos funcionalmente. Nesse sentido, a televisão, por ser estruturalmente complexa e funcionalmente simples, é uma decadência total (FLUSSER, 2014, p. 264).

Nesse contexto de suposta decadência total, Flusser (1998) deposita suas esperanças numa condição existencial do humano definida como a de jogador: indivíduo simultaneamente disposto a alterar as regras e ampliar as funcionalidades dos jogos – estes tomados aqui tomados como analogias, mas ainda assim suscetíveis a reflexões a partir do estudo de jogos propriamente ditos.

Em síntese, nosso intuito na presente seção foi o de apontar como diferentes vertentes da Comunicação, muitas vezes discordantes ou mesmo incompatíveis entre si,

olham para o jogo como um fenômeno importante a ser estudado. Seja por sua exuberância como meio de comunicação contemporâneo, seja por sua característica de abarcar diversas das premissas pertinentes às novas mídias, seja por sua capacidade de transcender (e anteceder) a comunicação linguística, seja por seu caráter conservador de valores culturais, seja por sua potencialidade de fornecer um diagnóstico da sociedade em que está inserido, seja por sua habilidade em nos contemplar com a disposição de projetar modelos estruturais do nosso entorno, os jogos se apresentam como sendo um objeto pertinente à Comunicação.

3 A comunicação no jogo

Partindo da perspectiva dos estudos de jogos, temos vários autores que se debruçam a compreender e problematizar a comunicação presente nos jogos, dentre eles, Jesper Juul, Katie Salen e Eric Zimmerman, Mary Flanagan e Helen Nissenbaum, Jane McGonigal, entre outros⁸. Mesmo Johan Huizinga (2017, p. 222), precursor dos estudos de jogos, aponta para o fato de que “o jogo se transforma em negócio”, evidenciando justamente a relação íntima entre jogo e comunicação, sobretudo a publicidade.

Cabe ressaltar que, em alguma medida, os estudos de jogos estiveram divididos entre os chamados narratologistas e ludologistas. Enquanto uma corrente defende que jogos são uma nova plataforma que flui narrativas e que estudos de áreas como cinema e literatura são suficientes para compreender essa mídia, os ludologistas apoiam que jogos são objetos que demandam referenciais teóricos e metodológicos distintos de outras áreas, uma vez que são caracterizados, principalmente, pela interação entre jogador e jogo e não pela narrativa.

Dado o caráter não-linguístico da performance nos jogos, os ludólogos apontam que, no lugar da predominância das teorias narratológicas da literatura e do cinema, “existem de fato muitas razões para que alguém deva observar por similaridades também em áreas como a *música* e *dança*, buscando entender os caminhos pelos quais jogos produzem significado” (MÄYRÄ, 2008, p. 14, tradução nossa). Cabe ressaltar que, nesse contexto, significado é menos sobre a construção semiótica do sentido (como o

⁸ Além destes, destacamos a importância da literatura ergódica de Espen Aarseth (1997) e da retórica procedural de Ian Bogost (2007). Contudo, nosso escopo, no lugar de uma revisão exaustiva da produção intelectual dos estudos de jogos, se volta para os autores que interpretamos terem mais relação com nosso referencial.

significado é criado) e mais sobre a experiência emocional e psicológica de habitar um sistema bem projetado de jogo” (SALEN; ZIMMERMAN, 2012a, p. 50).

No âmbito dos narratologistas, a relação com a comunicação se faz evidente, uma vez que as narrativas são temas consolidados nos estudos de Comunicação (SANTOS; SILVA, 2009). Um dos principais expoentes nessa corrente é a pesquisadora Janet Murray (2003, p. 9), para quem:

A narrativa é um dos nossos mecanismos cognitivos primários para a compreensão do mundo. É também um dos modos fundamentais pelos quais construímos comunidades, desde a tribo agrupada em volta da fogueira até a comunidade global reunida diante do aparelho de televisão. Nós contamos uns aos outros histórias de heroísmo, traição, amor, ódio, perda, triunfo. Nós nos compreendemos mutuamente através dessas histórias, e muitas vezes vivemos ou morremos pela força que elas possuem.

A partir dessa definição de narrativa de viés antropológico, Murray (2003, p. 140) define que “um jogo é um tipo de narração abstrata que se parece com o universo da experiência cotidiana, mas condensa esta última a fim de aumentar o interesse”. Por esse motivo, “os jogos também podem ser vistos como textos que proporcionam interpretações de experiências” (MURRAY, 2003, p. 141). Assim:

Nos jogos, portanto, temos uma oportunidade para encenar nossa relação mais básica com o mundo – nosso desejo de vencer a adversidade, de sobreviver às nossas inevitáveis derrotas, de modelar nosso ambiente, de dominar a complexidade e de fazer nossas vidas se encaixarem como as peças de um quebra-cabeça. Cada lance num jogo é como um evento no enredo de uma dessas histórias simples, mas envolventes. Da mesma forma que as cerimônias religiosas de passagem pelas quais marcamos o nascimento, a maioridade, o casamento e a morte, os jogos são ações rituais que nos permitem encenar simbolicamente os padrões que dão sentido às nossas vidas (MURRAY, 2003, p. 141).

Mas, independentemente da narrativa, “a jogabilidade (*gameplay*) em si é uma forma de comunicação social” (SALEN; ZIMMERMAN, 2012a, p. 105). De maneira sintética, “cruzamos um novo limiar ao compreender jogos como comunicação” (SUTER, 2018, p. 21, tradução nossa). Ao cruzarmos tal limiar, percebemos que:

os jogos são uma mídia estranha, onde a comunicação ocorre como um ciclo constante de jogadores dando sentido ao jogo, descobrindo o que querem fazer e vendo o que acontece. É uma mídia que, necessariamente, estabelece um diálogo entre o jogo e os jogadores, e entre os jogadores (FERNÁNDEZ-VARA, 2015, p. 8, tradução nossa).

Destacamos que, numa postura dialógica diante das duas correntes, entendemos os jogos como mídias que abrangem elementos oriundos de diferentes áreas, mas que apresenta suas especificidades não comuns a elas. Juul, um dos mais citados⁹ teóricos nos estudos de jogos e compreendido como parte da corrente de ludologistas, reconhece que, por anos, negou a importância da narrativa em jogos digitais. Posteriormente (JUUL, 2019) apresenta a importância dos estudos da ficção alinhados aos estudos da ludologia.

Nesse sentido, apontamos a ressonância entre o conceito de ficção adotado por Juul e a proposta de “oferecer uma posição intermediária entre os ludologistas e os narratologistas, que respeite a particularidade desse meio emergente - examinando os jogos menos como histórias do que como espaços repletos de possibilidades narrativas”, feita por Jenkins (2004, p. 119, tradução nossa). Ao introduzir o conceito de espacialidade, ou seja, a criação de um ambiente que possibilita o desenvolvimento de narrativas, Jenkins (2004, p. 121, tradução nossa) “defende uma compreensão dos designers de jogos menos como contadores de histórias e mais como arquitetos narrativos”.

Ao referir-se aos videogames, Juul concentra a discussão sobre a importância da interação entre regras do jogo e ficção, presente em diversos aspectos tais como o “[...] design dos jogos, na maneira como percebemos e usamos os jogos, na maneira como discutimos os jogos” (JUUL, 2019, p. 15). Sendo assim, “podemos também tratá-lo como um conjunto fixo de sinais que o jogo apresenta, e podemos tratá-lo como algo que o jogo leva o jogador a imaginar e que os jogadores então imaginam à sua própria maneira (JUUL, 2019, p. 15).

Esta exposição de Juul reflete aspectos da comunicação, seja a partir dos elementos entregues por um jogo e que levam o jogador a refletir sobre a ficção que recebe (intracomunicação), seja pela ação de o jogador expor suas interpretações sobre a

⁹ A partir de levantamento dos trabalhos apresentados no GP Games da Intercom, entre os anos de 2016 (fundação do GP) e 2020, Juul é o segundo autor mais citado, com 27 referências em trabalhos. A critério de comparação, o autor mais citado é Huizinga, referenciado 44 vezes.

experiência em variadas situações de comunicação, tais como a comunicação interpessoal ou grupal através de canais de fandom.

O fenômeno da comunicação ocorre porque “apesar de os jogos terem regras, a maioria dos videogames também projeta um mundo ficcional: o jogador controla um personagem; o jogo acontece em uma cidade, em uma floresta ou em qualquer outro lugar (JUUL, 2019, p. 15). Assim, entendemos que tais elementos levam o jogador a pensar sobre o jogo. Nesse sentido, o autor sustenta que a riqueza de um jogo está na interação entre regras e ficção, assim como na oposição delas: enquanto regras devem ser “[...] objetivas e obrigatórias, inequívocas e geralmente acima de discussões” (JUUL, 2019, p. 119), as ficções, muitas vezes, são opcionais, ambíguas e, assim, passíveis de discussões – comunicações.

Com relação a comunicação existente nos jogos, Frank Lantz (2012, p. 10) chama a atenção para o fato de que

Os jogos são capazes de abordar os temas mais profundos da existência humana de uma maneira diferente de qualquer outra forma de comunicação – aberta, processual e colaborativa, pois podem ser infinitamente detalhados, apresentados como sofisticação e, não obstante, sempre sensíveis às escolhas e ações do jogador.

Deste modo, Salen e Zimmerman (2012b) discutem a comunicação propiciada pelos jogos de maneira mais aprofundada ao se referirem aos contextos culturais que podem ser incorporados aos jogos. Tendo em vista as diversas definições sobre cultura, sendo um conceito flexível e diversificado, os autores a compreendem a partir do design de jogos. Sendo assim, a cultura se refere ao que existe fora do círculo mágico do jogo, ou seja, o ambiente e contexto no qual ele acontece. O mundo histórico, portanto, pode ser incorporado de diversas maneiras em um jogo, tais como “[...] seu contexto histórico; ou o conjunto de valores ideológicos que ele reflete e transforma; ou a forma como o jogo se encaixa no estilo de vida de seus jogadores” (SALEN; ZIMMERMAN, 2012b, p. 26).

Salen e Zimmerman (2012b) apresentam preocupação com os jogos enquanto fenômenos comunicacionais. Para os autores, a cultura pode ter um importante papel no que se refere ao significado de um jogo, uma vez que pode ser lida a partir do potencial dos objetos, processos e fenômenos que abordam relações políticas, ou éticas e morais. A atenção de Salen e Zimmerman, no que se refere a cultura, está na premissa de que alguns

jogos têm o potencial de transformar a cultura de determinado local, quando reproduzem aspectos de seus contextos.

É a partir dessa abordagem que chamam a atenção dos desenvolvedores de jogos, reforçando a importância de se conhecer contextos culturais a partir de uma perspectiva responsável. Segundo os autores

Muitos designers de jogos evitam abordagens culturais em seu trabalho, preferindo métodos artesanais centrados que reprimem a existência de jogos em contextos culturais maiores. Você pode ou não optar por reconhecer que, como designer de jogos, você é um produtor de cultura. Você pode optar por confiar nas convenções culturais definidas pelos outros, convenções que são, na melhor das hipóteses, obstáculo à inovação e à visão, e, na pior, ideologias destrutivas ligadas ao racismo, sexismo e xenofobia (SALEN; ZIMMERMAN, 2012b, p. 29).

Salen e Zimmerman reforçam que, “Independentemente da sua abordagem, o status dos jogos como cultura não é algo negociado ou debatido. São indiscutivelmente culturais” (SALEN; ZIMMERMAN, 2012b, p. 29), cabendo ao designer de jogos ter consciência sobre o fato e usá-lo em seu trabalho.

Flanagan e Nissenbaum (2016) também reforçam que todos os jogos incorporam, em alguma medida, valores humanos. As autoras são enfáticas ao afirmarem que “[...] os jogos podem servir como fotos instantâneas culturais: eles capturam crenças de um período e lugar em particular e oferecem maneiras de entender o que um dado grupo de pessoas acredita e valoriza” (FLANAGAN; NISSENBAUM, 2016, p. 19). Do mesmo modo, as autoras chamam a atenção para o fato de que os jogos refletem as crenças e valores de seus designers e jogadores. “Os jogos incorporam convicções de um tempo e lugar, nos dão uma amostra do que é importante para um grupo particular de desenvolvedores e jogadores [...]” (FLANAGAN; NISSENBAUM, 2016, p. 45). Entendemos que, dentro dessa perspectiva, desenvolvedores, considerando o público que desejam atingir, incluem suas visões de mundo mirando um jogador que compartilhe de suas ideias.

Flanagan e Nissenbaum (2016, p. 19) acrescentam que “[...] por serem envolventes e alcançarem partes profundas da psique humana, eles podem não somente refletir e expressar, mas também ativar tais crenças e valores de maneiras poderosas”. Ao referirem-se aos valores expressos e ativados contidos nos jogos, as autoras os apresentam como uma potente mídia que pode colaborar – ou não, com transformações sociais, a

depender da intenção ou visão de mundo de seus desenvolvedores. Posto assim, os jogos são apresentados como produtos de comunicação social.

Essa relação com a comunicação fica ainda mais evidente quando Flanagan e Nissenbaum (2016, p. 19) propõem três razões para os estudos de jogos, sendo que (1) o estudo “[...] enriquece a nossa compreensão de como padrões socioculturais profundamente arraigados são refletidos nas normas de participação, jogo e comunicação”, (2) “o crescimento dos meios digitais e a expressão do significado cultural dos jogos constituem ao mesmo tempo uma oportunidade e uma responsabilidade para a comunidade de design de refletir sobre os valores que são expressados nos jogos”, (3) e que “os jogos têm surgido como o paradigma de mídia do século XXI, ultrapassando os filmes e a televisão em popularidade; eles têm o poder de moldar trabalho, aprendizado, cuidados com a saúde e muito mais”.

Portanto, as autoras também apresentam a importância dos jogos enquanto mídia, chamando a atenção para o fato de ser o paradigma de comunicação que merece maior atenção na contemporaneidade. Para Flanagan e Nissenbaum (2016), os jogos se tornaram um sistema que entrega conteúdos capazes de afetar a sociedade, com a incorporação de valores éticos e políticos.

Com relação a abordagem de jogos enquanto mídia com potencial de transformação social e o seu consumo na contemporaneidade, uma das referências mais emblemáticas é McGonigal (2012) que se debruçou a defender os jogos digitais como estimulantes para resolver questões do mundo histórico. Para a autora

o mundo real simplesmente não oferece com tanta facilidade os prazeres cuidadosamente elaborados, os emocionantes desafios e o poderoso vínculo social conquistado em ambientes virtuais. A realidade não nos motiva com tanta eficácia. Ela não foi concebida para maximizar nosso potencial e não foi planejada para nos fazer felizes (MCGONIGAL, 2012, p. 13).

McGonigal (2012, p. 14) observa a cultura dos jogos a partir do comportamento dos jogadores. Parte da premissa de que “estamos criando um arcabouço virtual massivo de esforço cognitivo, energia emocional e atenção coletiva disseminados nos mundos dos jogos, em detrimento do mundo real”. A autora chama a atenção para o fato de que, muito em breve (o que já ocorre na vida de muitos), nos tornaremos uma sociedade cujas pessoas irão criar suas melhores memórias em ambientes virtuais, além de experienciar seus

maiores sucessos em mundos de jogos. Ela não entende que a solução seja diminuir o consumo de jogo, mas utilizar os jogos como também instrumentos para transformar a realidade para melhor. McGonigal apresenta que, desde o seu discurso na Game Developers Conference, em 2008, percebeu um movimento sobre “o poder dos jogos para o bem”, em sessões de conferências que chamavam “jogos para mudanças pessoais e sociais”, jogos de impacto positivo”, jogos de realidade social”, “jogos sérios” e “aumentando os jogos no planeta” (MCGONIGAL, 2012, p. 19).

Posto assim, cabe ressaltar que McGonigal não olha para os jogos digitais como instrumentos de salvação para a motivação da humanidade, como apoiam muitos que, inclusive, utilizam seus argumentos para gamificar as práticas do mundo histórico para atingir melhores resultados no modelo capitalista vigente, ou seja, usar elementos de jogo em uma atividade cotidiana. Diferente disso, ela defende aproveitar a força de consumo dessa mídia, produzindo jogos que abordem conteúdos para reflexão e transformação social. Neste sentido, entendemos que McGonigal apoia o desenvolvimento de jogos que tenham potencial comunicacional e provoquem a comunicação de seus jogadores orientadas a mudanças sociais.

Sabemos que muitos outros teóricos da área de jogos apresentam considerações pertinentes para os estudos de jogos e comunicação. No entanto, buscamos apresentar aqueles que mais estão presentes nas discussões dos estudos de jogos, e que tocam, de forma mais profunda, na importância do jogo enquanto mídia.

4 Conclusão

Diante das discussões apresentadas tanto nos estudos da comunicação que entendem o jogo como mídia, como nos estudos de jogos que compreendem a comunicação existente nos objetos, ressaltamos a importância de definir o que compreendemos por *mídias lúdicas*.

Assim, *mídias lúdicas* é um conceito que se situa numa intersecção dupla: diz respeito tanto aos aspectos lúdicos da comunicação, quanto aos aspectos comunicacionais dos jogos.

Nesse sentido, trata-se de um conceito transdisciplinar, uma vez que propõe o diálogo e o atravessamento entre duas áreas interdisciplinares (comunicação e estudos dos jogos). Propõe o emprego das teorias da comunicação, quando o tema de estudo são

os jogos e, em contrapartida, a utilização dos estudos dos jogos, quando o tema de estudo é a comunicação.

É patente a condição dos jogos enquanto mídias. Ao mesmo tempo, é evidente a reflexão dos aspectos comunicacionais por parte dos estudos dos jogos. Destarte, olhar para uma mídia lúdica situa-se precisamente nessa encruzilhada - local cultural, por excelência, da comunicação e do jogo.

Mídia lúdica não se trata de um conceito tributário a um determinado referencial teórico, privilegiando assim o diálogo, a pluralidade e a complexidade. É, no lugar disso, um convite para um determinado olhar, celebrante da diversidade teórica e temática.

Referências

AARSETH, Espen. **Cybertext: perspectives on ergodic literature**. Baltimore; London: The Johns Hopkins University Press, 1997.

ALBUQUERQUE, Afonso de. Estudos de mídia. *In*: CITELLI, Adilson [et al.]. (Org.). **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014. p. 260-266.

BATESON, Gregory. Uma teoria sobre brincadeira e fantasia. **Cadernos IPUB**, n. 5, v. 2, p. 35-49, 2000.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. Obras Escolhidas v. 1. São Paulo: Brasiliense, 2012.

BOGOST, Ian. **Persuasive games: the expressive power of videogames**. Cambridge; London: The MIT Press, 2007.

CASTRO, Gisela Granjeiro da Silva. Escola de Toronto. *In*: CITELLI, Adilson [et al.]. (Org.). **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014. p. 178-186.

COHN, Gabriel. Escola de Frankfurt. *In*: CITELLI, Adilson [et al.]. (Org.). **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014. p. 147-158.

FERNÁNDEZ-VARA, Clara. **Introduction to game analysis**. New York: Routledge, 2015.

FLANAGAN, Mary; NISSENBAUM, Helen. **Values at play: valores em jogos digitais**. São Paulo: Blucher, 2016.

FLUSSER, Vilém. **Bodenlos: uma autobiografia filosófica**. São Paulo: Annablume: 2007.

FLUSSER, Vilém. **Comunicologia**: reflexões sobre o futuro: as conferências de Bochum. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

FLUSSER, Vilém. **Fenomenologia do brasileiro**: em busca de um novo homem. Rio de Janeiro: Eduerj, 1998.

FRANÇA, Vera Veiga; SIMÕES, Paula Guimarães. Escola de Palo Alto. *In*: CITELLI, Adilson [et al]. (Org.). **Dicionário de comunicação**: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 170-178.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, Henry. Game design as narrative architecture. *In*: WARDRIP-FRUIN, Noah; HARRIGAN, Pat (Ed.). **First person**: new media as story, performance, and game. Cambridge: The MIT Press, 2004. p. 118-130.

JUUL, Jesper. **Half-real**: videogames entre regras reais e mundos ficcionais. São Paulo: Blucher, 2019.

LANTZ, Frank. Apresentação. *In*: SALEN, Kate; ZIMMERMAN, Eric. **Regras do jogo**: fundamentos do design de jogos: principais conceitos: volume 1. São Paulo: Blucher, 2012. p. 9-11.

LEMONS, André. Tecnologia e cibercultura. *In*: CITELLI, Adilson [et al]. (Org.). **Dicionário de comunicação**: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 412-420.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOTMAN, Iuri. **A estrutura do texto artístico**. Lisboa: Editorial Estampa, 1978.

MÄYRÄ, Frans. **An introduction to game studies**: games and culture. London: SAGE, 2008.

MCGONIGAL, Jane. **A realidade em jogo**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2012.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1971.

MURRAY, Janet Horowitz. **Hamlet no holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural; Unesp, 2003.

PINTO, Julio. Teorias do signo e da cultura. *In: CITELLI, Adilson [et al]. (Org.)*.

Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 504-507.

REGIS, Fátima. Games. *In: CITELLI, Adilson [et al.]. (Org.)*. **Dicionário de**

comunicação: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 277-283.

SALEN, Kate; ZIMMERMAN, Eric. **Regras do jogo:** fundamentos do design de jogos: principais conceitos: volume 1. São Paulo: Blucher, 2012a.

SALEN, Kate; ZIMMERMAN, Eric. **Regras do jogo:** fundamentos do design de jogos: cultura: volume 4. São Paulo: Blucher, 2012b.

SANTOS, Tarcyanie Cajueiro; SILVA, Míriam Cristina Carlos. Narrativas mediáticas.

In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009. p. 356-357.

STUMPF, Ida Regina Chitto. Pesquisa bibliográfica. *In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.)*. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010. p. 51-61.

SUTER, Beat. Rules of play as a framework for the “magic circle”. *In: SUTER, Beat; KOCHER, Mela; BAUER, René (Ed.)*. **Games and rules:** game mechanics for the “magic circle”. Wetzlar: Transcript, 2018. p. 19-33.