



## **Imersão digital e campanhas políticas: uma estratégia semiótica**

Francisco José Paoliello Pimenta\*

Letícia Perani Soares\*\*

Este trabalho apresenta resultados parciais de grupo de pesquisa do Programa de Educação Tutorial da Facom/UFJF associada a pesquisa de pós-doutorado intitulada Ciberativismo na Iberoamérica: do despertar em Chiapas aos movimentos urbanos em Barcelona e Madrid. O objetivo é o de investigar se a geração de interpretantes mais ricos via representação da imersão parece apta a colaborar no sentido da construção de hábitos mentais de maior razoabilidade para o ciberativismo, ao atender aos requisitos de seu *summum bonum* estético, voltado para a democracia participativa e para um novo internacionalismo. É descrita etapa da pesquisa de campo, dirigida ao estudo de dois sites ligados a campanhas políticas, um uruguaio e um norte-americano. Como conclusão parcial, sugere a ampliação das estratégias lúdicas na Internet, por meio das tecnologias imersivas.

Palavras-Chave: Semiose; Multicódigos; Ativismo Político;



Este trabalho apresenta resultados parciais de um dos grupos de pesquisa do Programa de Educação Tutorial da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, composto por bolsistas de iniciação científica e associada a pesquisa de pós-doutorado intitulada Ciberativismo na Iberoamérica: do despertar em Chiapas aos movimentos urbanos em Barcelona e Madrid. O objetivo geral é o de investigar se a geração de interpretantes mais ricos via representação da imersão parece apta a colaborar no sentido da construção de hábitos mentais de maior razoabilidade para o ciberativismo, ao atender aos requisitos de seu *summum bonum* estético, voltado para a democracia participativa e para um novo internacionalismo. Neste caso específico, é descrita etapa da pesquisa de campo, dirigida ao estudo de dois sites ligados a campanhas políticas, um uruguaio e um norte-americano. Como conclusão parcial, sugere a ampliação das estratégias lúdicas na Internet, por meio das tecnologias imersivas, especialmente das plataformas utilizadas para jogos eletrônicos. A fundamentação teórica principal decorre da Semiótica de Charles S. Peirce. (Peirce, 1931-1958).

## 1. O Jogo e a Vida

Como nos aponta o filósofo holandês Johan Huizinga em *Homo Ludens*, em seu importante estudo sobre o lúdico, o jogo é parte constituinte da cultura humana, desde o início da sua evolução. Segundo ele, o ato de jogar se forma em “(...) uma evasão da vida ‘real’ para uma esfera temporária de atividade com orientação própria” (HUIZINGA, 2004: 11):

O jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da “vida quotidiana” (HUIZINGA, 2004: 33).

Além disso, por meio de características como a ordem, a tensão, o movimento, a mudança, a solenidade, o ritmo e o entusiasmo, o jogo pode ser uma luta por alguma coisa ou a representação de algo, funções que acabam por se confundir, já que ele é capaz de ser a representação de uma luta, ou uma luta para a representação de algo.

Já Marshall McLuhan se apropria da teoria de Huizinga porém colocando o jogo como mais uma “extensão” psíquica do ser humano. Para ele, “(...) os jogos são extensões do homem social e do corpo político, assim como as tecnologias são extensões do organismo animal”(McLUHAN, 2003, p. 264). Embora considere que os



jogos devam refletir de alguma forma a nossa vida comum para serem bem aceitos, McLuhan também vê o lúdico com uma função de catarse frente às pressões do cotidiano, contribuindo para “(...) uma liberação da tirania monopolística da máquina social” (MCLUHAN, 2003: 267).

Os jogos são, pois, situações inventadas e controladas extensões da consciência grupal, que permitem uma suspensão dos padrões costumeiros, como se a sociedade entabulasse uma conversação consigo mesma (MCLUHAN, 2003: 273)

Assim, a atividade lúdica possui em si um conjunto de regras e verdades que, no momento do jogo, não são contestadas. Quando participamos, aceitamos implicitamente o universo que é criado por ele (CHATEAU, 1987), ou seja, seu conjunto de regras e modos de ação, muitas vezes em detrimento do conjunto de hábitos e crenças do indivíduo - estar no jogo é deixar-se cercar por aquele mundo de possibilidades virtuais.

Esse quadro amplo do universo no qual nossas percepções estão estabelecidas e orientadas, e por isso tomam um significado, esse pano de fundo desaparece. (...) O jogador secciona o universo: e é porque o secciona que pode dar um novo sentido aos objetos: o que é vara no mundo inteiro pode ser espada no domínio do jogo (CHATEAU, 1987: 25)

### 1.1. O lúdico e o Digital

Com a simbiose cada vez maior entre o ser humano e os objetos técnicos, através da introdução massiva de ferramentas tecnológicas no cotidiano, surge a cultura contemporânea, “(...) produto de uma sinergia entre o tecnológico e o social”(LEMOS, 2004: 15). Assim, a transposição de atividades lúdicas para o digital foi inevitável, já que, segundo a teoria de Huizinga, o jogo está presente na formação de qualquer manifestação da cultura<sup>1</sup>. Daí, os jogos eletrônicos tendem a seguir os mesmo paradigmas tradicionais do lúdico.

Porém, não basta a este novo tipo de jogador se deixar imergir neste mundo particular que é criado, neste caso, pelo programador. De acordo com Janet Murray (2003), a fruição dessa experiência vai depender também das características criadas por este meio em especial, ou seja, os três “prazeres” dos ambientes virtuais. São eles:

- Transformação: “Como os objetos no meio virtual podem assumir múltiplas representações, eles trazem à tona nosso prazer pela variedade em si mesma” (MURRAY, 2003: 153).

---

<sup>1</sup> Considera-se que o primeiro jogo eletrônico surgiu no final da década de 1950, para entreter visitantes de um laboratório militar norte-americano (BÔAS, 2005), demonstrando as aplicações “práticas” para a tecnologia que estava sendo desenvolvida ali.



- Imersão: “(...) a sensação de estarmos envolvidos por uma realidade completamente estranha, tão diferente quanto a água e o ar, que se apodera de toda a nossa atenção, de todo o nosso sistema sensorial” (MURRAY, 2003: 102);
- Agência: “(...) a capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados de nossas decisões e escolhas” (MURRAY, 2003: 127);

O *game* se constitui, então, em uma realidade autônoma que gera um “esquecimento” consentido das regras e crenças do indivíduo, e uma conseqüente assimilação de um conjunto de hábitos próprios ao seu momento de execução. Daí, lançamos a questão: É possível que a imersão em três dimensões proporcionada por estas linguagens conduza à alteração de hábitos de sentimento, de ação e de pensamento dos produtores destes sites de ciberativismo e dos demais usuários em rede em direção à participação política?

## 1.2. *Serious games*: o lúdico para a construção social

Estes atributos do ato de jogar abrem possibilidades interessantes para um tipo particular de *game* eletrônico: os jogos políticos (ou, em sua terminologia em língua inglesa, *serious games*<sup>2</sup>). O uso de jogos eletrônicos para atividades políticas, seja de partidos ou de movimentos sociais organizados, remonta ao começo dos anos 2000, com a popularização da comunicação em rede em todo o mundo. Em vista do desenvolvimento de novos métodos de programação computacional, as possibilidades de interação *online* foram potencializadas, permitindo que ferramentas lúdicas passassem a ser empregadas para as tentativas de atração de novos ativistas.

Exemplos de *serious games* são hoje facilmente encontrados na Internet, construídos por grupos diversos. Os italianos do *La Molleindustria* ([www.molleindustria.it](http://www.molleindustria.it)) desenvolvem jogos para tentar despertar a atenção dos internautas para questões sociais, como os processos de precarização do trabalho na Europa, e foram responsáveis pela inovador protesto virtual *Euromayday Netparade*, que reuniu milhares de pessoas de vários continentes para as comemorações do 1º de maio, em 2004 (PIMENTA E SOARES, 2004).

---

<sup>2</sup> Os *serious games* abrangem todos os tipos de jogos que não são prioritariamente voltados para o entretenimento, como os educacionais, os utilizados para treinamentos (em empresas, exércitos etc.) e os *games* com temática política.



## 2. *Cambiemos* e *Take Back Illinois Game*: jogos eletrônicos para a política através da Internet

Os *serious games* podem servir, portanto, como ferramentas de marketing para partidos políticos, como é o caso dos jogos *Cambiemos* e *Take Back Illinois Game*. Ambos têm o objetivo de atrair eleitores e despertar a atenção para as propostas de candidatos. Porém, os dois *games* trabalham com realidades sociais diferentes, e fazem sua interação com os votantes utilizando explorações interativas diversas.

### 2.1. *Cambiemos*: o lúdico eletrônico na América Latina

Em outubro de 2004, o Uruguai vivia momentos de agitação cívica, devido às suas eleições presidenciais. Pela primeira vez em mais de 170 anos de história, o país tinha como favorito um candidato de esquerda: o médico Tabaré Vázquez, da coalizão de esquerda “Encuentro Progressista - Frente Amplio”. Mas a grande surpresa da campanha ainda estaria por vir: a coalizão EP/FA surpreendeu o país ao anunciar seu inovador website: *Cambiemos: construyamos el país de la gente*.

À primeira vista, *Cambiemos* ([www.cambiemos.org.uy](http://www.cambiemos.org.uy)) pode parecer apenas mais uma página de um candidato presidencial, mas há uma diferença: o site é, na verdade, um jogo eletrônico. *Cambiemos* é considerada a primeira exploração lúdica no marketing político latino-americano (BELO, 2004), e foi desenvolvido pela empresa *Powerful Robot* (<http://www.powerfulrobot.com>), do pesquisador uruguaio Gonzalo Frasca, um dos pioneiros também na abordagem acadêmica sobre *games*.

O jogo foi construído na plataforma Shockwave, que suporta áudio, vídeo e animações, freqüentemente utilizada para a geração de programas interativos na Internet. Seu formato é o de quebra-cabeça, e funciona de maneira simples, com poucas regras: ao iniciar o jogo, o usuário tem a visão de uma localidade arrasada, cinzenta. Colocando as placas fornecidas por outras “pessoas” em seus devidos lugares, a paisagem se transforma, recuperando cores e vitalidade. *Cambiemos* possui três fases, com níveis de dificuldade crescentes, porém a tarefa executada não sofre mudanças ao longo do tempo. Segundo Gonzalo Frasca, o tema do *game* foi escolhido a partir do contexto histórico e social uruguaio:

O Uruguai é um país que está passando pela pior crise econômica da sua história, então, o foco da campanha é dizer para as pessoas que nós podemos mudar, se todos trabalharmos juntos (BELO, 2004)

O texto apresentado pela tela de abertura do jogo também não deixa dúvidas sobre os objetivos explicitados:

Necessitamos da ajuda de todos para construir um novo Uruguai..Com o mouse, clique em cima dos espaços vazios para completar a imagem que falta. Assegure-se de terminar no menor tempo possível: as mudanças que precisamos não admitem a menor demora (CAMBIEMOS, 2004)

Porém, o jogo não deixa claro quais seriam as ações políticas necessárias para a reconstrução social, além do envolvimento dos cidadãos e do trabalho gradual, não servindo como meio de veiculação das propostas de governo da coalizão EP/FA. Os elementos ideológicos ficam implícitos, não permitindo uma identificação imediata dos programas de governo e modos de atuação do candidato Tabaré Vázquez.

Em *Cambiemos*, o usuário não possui outras opções além do que é fornecido pela programação do jogo. Não há outras formas de explorar o cenário, o que prejudica sensivelmente o sentimento de imersão do usuário no jogo. Também não se pode criar uma narrativa diferente da esperada; ou as placas são colocadas no lugar e o país é reconstruído, ou o tempo termina e a paisagem continua cinzenta – uma forma lúdica de dizer: ou se vota em Tabaré Vázquez, ou o Uruguai continuará em crise. Neste caso, as possibilidades de transformação são extremamente limitadas, já que o *game* não permite variedade de escolhas. Porém, devemos destacar que o sentimento de agência está presente em *Cambiemos*, e talvez este seja o seu principal atrativo, ao permitir a observação da mudança no cenário - uma representação da mudança esperada com a eleição do candidato apoiado.

Assim, ao analisarmos como o jogo trabalhou com o conteúdo apresentado e suas explorações interativas, percebemos que *Cambiemos* não consegue deixar claro as plataformas de campanha, tornando-se apenas uma curiosa maneira dos internautas conhecerem o então candidato Vázquez. Ao assumirmos a “abertura mental” para novas idéias e ações que os elementos lúdicos eletrônicos podem provocar, fica manifesta a perda da oportunidade de fazer do *game* um objeto de veiculação ideológica.

## 2.2. *Take Back Illinois Game*: construção de ações locais

Em setembro de 2004, Ian Bogost, editor do blog *Water Cooler Games* ([www.watercoolergames.com](http://www.watercoolergames.com)), especializado na discussão sobre *serious games*, anunciou o lançamento do novo jogo da sua produtora *Persuasive Games* ([www.persuasivegames.com](http://www.persuasivegames.com)): sob encomenda do Partido Republicano dos Estados Unidos, surgiu *Take Back Illinois Game* ([www.takebackillinoisgame.com](http://www.takebackillinoisgame.com)). O jogo, construído na plataforma Macromedia Flash, apresenta quatro tarefas que devem ser cumpridas pelo usuário para a recuperação do estado norte-americano de Illinois,

segundo a plataforma de campanha dos candidatos republicanos locais. De acordo com o seu texto de apresentação:

Take Back Illinois é um jogo de estratégia que desafia os jogadores a enfrentar as questões mais importantes colocadas aos eleitores de Illinois nas eleições legislativas estaduais de 2004. (...) o jogo foi desenvolvido para provocar discussões e debates sobre políticas públicas entre os cidadãos (TAKE BACK ILLINOIS GAME, 2004)

Ao ser iniciado, *Take Back Illinois Game* dá opções do que pode ser trabalhado: a reforma no sistema de saúde do estado; o reforço das unidades escolares distritais; o aumento da participação local na discussão de assuntos políticos; ou o desenvolvimento de políticas de combate ao desemprego. Ao passar o mouse em cima de uma das opções, é apresentada uma pequena explicação sobre a necessidade de atuar nestas áreas escolhidas, como, por exemplo, na saúde:

O estado de Illinois está em meio a uma crise no seu sistema de saúde, devido aos altíssimos custos do seguro contra erros médicos. A única maneira de diminuir as taxas deste seguro e assegurar o acesso a um sistema de saúde de qualidade e com preços acessíveis aos cidadãos do estado é limitar os potenciais pagamentos por erro médico (TAKE BACK ILLINOIS GAME, 2004)

As ações a serem tomadas durante o jogo são claras: deve-se agir de acordo com as propostas de campanha do Partido Republicano, implementando diversas reformas durante um ano (o tempo do *game* é contado por uma simulação de dias e meses), ou os objetivos a serem alcançados não são atingidos. Neste caso, o jogador recebe um *game over* pelo seu fracasso. Se o êxito planejado em alguma das fases for obtido, o usuário que se cadastrou no site pode colocar seu nome na lista dos melhores jogadores, ou seja, caso tenha resolvido os problemas virtuais em pouco tempo. Assim, *Take Back Illinois Game* consegue deixar explícitos os elementos ideológicos dos candidatos apoiados, não só através dos textos apresentados pelo site, mas também através das possibilidades de interação, já que as ações do usuário devem ser compatíveis com as plataformas e modos de atuação dos representantes republicanos.

No jogo, há a possibilidade de uma pequena exploração espacial dos cenários disponíveis, apesar da pouca movimentação fornecida pela sua programação. Na realidade, o usuário não é incentivado a ter esta atitude, já que possui um tempo pré-determinado para o cumprimento de suas tarefas. Estas limitações prejudicam o sentimento de imersão do jogador, mas, se comparado a *Cambiamos*, notamos claramente a tentativa de desenvolvimento de um ambiente mais imersivo e, conseqüentemente, mais atrativo. A narrativa de *Take Back Illinois Game* não pode ser mudada, assim como no *game* uruguaio, mas a permissão de escolha entre diferentes



cenários a serem trabalhados aumenta consideravelmente o sentimento de transformação do usuário. Já o agenciamento do jogo norte-americano também é satisfatório, ao indicar as mudanças realizadas no cenário a partir da atuação do jogador no sentido das propostas republicanas para a Assembléia estadual de Illinois.

Portanto, *Take Back Illinois Game* possui uma articulação melhor entre o conteúdo político apresentado e suas representações interativas, sendo mais bem-sucedido do que o *Cambemos* em demonstrar as bases ideológicas dos candidatos apoiados, de maneira lúdica. Ainda assim, muito resta a ser feito no sentido da exploração dos recursos colocados à disposição por estas plataformas.

### 3. Uma Saída pela Semiótica ?

Daí, considerando-se os exemplos acima, acreditamos que uma saída para esta subutilização de recursos de mobilização política por meio de sites na Internet possa ser sugerida por meio do pragmatismo do lógico norte-americano Charles Sanders Peirce. De fato, na medida em que estamos lidando com representações, é possível que um estudo mais aprofundado da questão possa dar algumas indicações do caminho a ser seguido.

Ocorre, neste caso, uma consciência muito restrita das possibilidades sógnicas dos jogos eletrônicos e, daí, obtêm-se efeitos pouco significativos no sentido da alteração de hábitos de sentimento, que, de acordo com Peirce, constitui a base para a mudança de hábitos de ação e de pensamento pretendidos pelos jogos políticos. Tal consciência deve decorrer, neste caso, da análise cuidadosa das características multicódigos dos jogos eletrônicos e de suas possibilidades de imersão, entre outras.

Conforme já descrevemos em outro trabalho, este voltado mais especificamente para o ciberativismo:

Do ponto de vista semiótico, observa-se, nos sites de ciberativismo, o predomínio do código verbal e, daí, um processo de compreensão das ações políticas voltadas para mudanças ainda muito marcado pela retórica. Os recursos visuais e sonoros mostram pouca articulação consciente com o texto. E, conforme o que foi exposto acima, buscar o interpretante último final, ou seja a mudança de hábitos, por meio de signos genuínos, sobre a base do verbal, seria um processo incompleto, predominantemente racional, no qual se perderia o impacto das degenerescências sógnicas, tanto de secundidade como de primeiridade, que propiciam mudanças nos hábitos de sentimentos. Assim, este apego ao verbal é algo que contribui, certamente, para o baixo impacto coletivo destes sites no sentido de gerar processos interpretantes que conduzam a mudanças de hábitos (PIMENTA, 2006, p.6)



No caso analisado acima, relativo ao site *Cambiemos*, a consciência precária das possibilidades sógnicas dos jogos eletrônicos se traduz na fragilidade do cenário fornecido, prejudicando a imersão, e na falta de alternativas na narrativa proposta, inibindo a transformação. Além disso, a mera mudança de cenário não pode ser vista, propriamente, como um agenciamento na medida em que há um descolamento muito grande do que se obtém em relação aos desafios colocados pelo contexto crítico pelo qual passava o Uruguai aos candidatos envolvidos no processo eleitoral. Tais dificuldades prejudicam o necessário processo de imersão numa outra realidade, descrita no início deste texto, que é a base do poder transformador do lúdico. Com isso, permanecem inalterados os hábitos de sentimento e, daí, de ação e de pensamento, inibindo possíveis estímulos à participação política.

Conforme já foi destacado, há uma consciência um pouco mais avançada das possibilidades sógnicas dos jogos no site *Take Back Illinois Game*. Não há estímulo à exploração espacial, prejudicando a imersão, porém a alternativa entre cenários é um atrativo em relação ao site anterior, obtendo-se alguma capacidade de transformação. Finalmente, o agenciamento ocorre de forma satisfatória, uma vez que o interator se vê diante de uma situação que envolve escolhas com alguma semelhança ao que ocorria no estado de Illinois, e, a partir daí, a sensação de participação no processo de solução dos problemas. Este sentimento pode ser um ponto de partida para um envolvimento maior com a plataforma do partido.

Portanto, não basta a criação de sites com características lúdicas, semelhantes aos jogos eletrônicos, para que se produza a quebra de nossa percepção cotidiana e a abertura para novas formas de se ver a política. É imprescindível que os processos sógnicos sejam construídos do forma consciente de forma que novos hábitos de sentir de fato se instalem e, forneçam a base para uma ação com consistência ética, regulada por autocríticas e críticas de outros, no sentido de propostas, no caso políticas, cada vez mais razoáveis.



## Referências bibliográficas

BELO, Roberto. *Game appeal for Uruguay's voters* [online]. Londres: BBC News, 2004 [cited 08 May 2006]. Available from World Wide Web: <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/3945661.stm>>

BÔAS, Rafael Villas. *Mercado de jogos*. In: AZEVEDO, Eduardo. *Desenvolvimento de jogos 3D e aplicações em realidade virtual*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CAMBIEMOS:construyamos el país de la gente (website). Uruguai: 2004. [citado em 20/04/2006]. Disponível pela World Wide Web: <<http://www.cambiemos.org.uy>>

CHATEAU, Jean. *O jogo e a criança*. São Paulo: Summus, 1987.

HUIZINGA, Johan. *Homo ludens*. São Paulo: Perspectiva, 5ª ed., 2004.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 13ª ed., 2003.

MURRAY, Janet. *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Itáu Cultural/Unesp, 2003.

PEIRCE, Charles Sanders (1931 - 1958). Collected Papers. 8 vols. Cambridge: Harvard University Press.

PIMENTA, Francisco J. Paoliello e SOARES, Letícia Perani. *Euromayday 2004 e o ativismo político pela rede*. Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM. Porto Alegre: PUCRS, 2004.

PIMENTA, Francisco J. Paoliello. *Pragmatismo: referência epistemológica para ciberativistas* ? in Anais do XV Compós. Bauru: UNESP, 2006.

TAKE BACK ILLINOIS GAME (website). EUA: 2004. [citado em 15/04/2006].Disponível pela World Wide Web: <<http://www.takebackillinoisgame.com>>