



Game-Ativismo e a Nova Esfera Pública Interconectada¹

Sergio Amadeu da Silveira²
Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

RESUMO

A estética dos games ultrapassou o cenário do entretenimento e está sendo utilizada pelo novo ativismo, articulado no ciberespaço. O texto discute o potencial dos games como forma de protesto e de persuasão no cenário das redes digitais. Focaliza principalmente o game-ativismo desenvolvido pelo grupo italiano chamado *La Molleindustria*. Também busca vincular os games à tradição do vídeo-ativismo e às práticas recombinantes, tais como os machinimas.

PALAVRAS-CHAVE: games; esfera pública interconectada; ciberativismo, game-ativismo.

Introdução

O ativismo, ou seja, a atividade militante em prol de uma causa política, social ou cultural, ampliou seu potencial com a expansão da Internet. Ganhou grande destaque com as manifestações antiglobalização organizadas principalmente pela rede, tais como Seattle (1999) e o lançamento do Fórum Social Mundial. Com o objetivo de enfatizar as ações em redes digitais, o termo passou a ser empregado também como ciberativismo.

O termo “ativista” popularizou-se provavelmente em função de sua adoção por grupos na América do Norte e na Europa. O motivo, supostamente, foi a tentativa de distanciamento da carga forte associada às palavras “revolucionário” e “radical” – a primeira utilizada para o extremista que recorre às armas e busca tomar o poder, a segunda para o ator político institucional que age fora dos padrões de conduta comuns às instituições – e da carga fraca

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor Titular do Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero, email: samadeu@gmail.com



da palavra “militante” – que defende causas, como os ideais de um partido, mas têm poucas manifestações ativas. (ASSIS, 2006, p.13)

Os ciberativistas não têm uma coloração ideológica definida nos marcos tradicionais. Suas ações espalham-se em um amplo espectro de motivações políticas que vão das questões ambientais até as causas feministas ou de solidariedade aos refugiados palestinos. Sandor Vegh analisou as formas do ativismo online, aqui entendido como ciberativismo, construindo um modelo de classificação de acordo com a forma como utilizam a Internet. Vegh construiu um modelo que enfatiza a direção da iniciativa conforme a informação é enviada, recebida e como é realizado o chamado para a ação ou reação a uma dada situação, formando três áreas típicas de classificação: percepção/promoção de uma causa (*awareness / advocacy*); organização/mobilização (*organization/ mobilization*) e ação/reação (*action/reaction*).

Um outro termo derivado da palavra ativismo, também empregado por Vegh em um artigo publicado na *First Monday*, em 2002, é o *hacktivism* ou hacktivismo. Ele nasce da reunião das palavras hacker e ativismo. Segundo a definição de um dos principais coletivos de hacktivistas, autodenominado *Cult of the dead Cow*, “hacktivism: a policy of hacking, phreaking or creating technology to achieve a political or social goal”³. Já a pesquisadora Alexandra Whitney Samuel, em sua tese de doutorado, afirma que o hacktivismo é “the nonviolent use of illegal or legally ambiguous digital tools in pursuit of political ends” (SAMUEL, 2004, p.2).

Estas mutações do termo ativismo expressam as tentativas de acompanhar as mudanças que as ações políticas estão passando quando seus sujeitos encontram novas possibilidades de comunicação e organização. Sem dúvida, as novas tecnologias de processamento, armazenamento e distribuição de informações, ao permitirem a alteração da comunicação, também abrem um novo espaço para o ativismo. Isso não quer dizer que as tecnologias criam as mobilizações. Isso indica que grupos sociais e até indivíduos possuem condições mais favoráveis para construir redes de mobilização,

³ Definição disponível: <http://web.archive.org/web/19981203083935/http://www.hacktivism.org/> Acesso em 10/06/2009.



o que não era possível em uma esfera pública dominada pelos *mass media* (BENKLER, 2006).

Este texto busca mostrar que existe uma nova dimensão do ativismo que denomino de game-ativismo. Ela nasce das possibilidades abertas pela popularização dos games e pelo aumento de seu número de desenvolvedores, pela seu uso além da esfera do entretenimento e pela sua ascensão à primeira posição na indústria audiovisual do planeta, ultrapassando a produção cinematográfica. O game-ativismo é o ativismo que busca desenvolver games para denunciar, apoiar e despertar interesse por determinadas causas e campanhas sociais, políticas ou culturais.

Simuladores e Estados

Roger Smith⁴, um dos responsáveis pelo treinamento e simulação das Forças Armadas dos Estados Unidos, escreveu que os jogos não são apenas encontrados em espaços dedicados ao entretenimento. Os simuladores e *Wargames* que foram usados para treinar o pessoal militar durante a Segunda Guerra Mundial impactaram diversos grupos sociais e econômicos e demonstraram o enorme potencial que os jogos e simulações podem exercer como ferramentas de aprendizagem e de melhoria de desempenho. (SMITH, 2006, p.5)

Jogos eletrônicos, de combate e estratégia, são obrigatórios para a formação militar contemporânea. Simuladores são também essenciais para a indústria aeronáutica e são cada vez mais utilizados pelas indústrias de energia e pela engenharia. Como Henrique Antoun apontou “a globalização transformou a informação em uma arma e o estado, global ou local, está sempre envolto, pós-modernamente, nas guerras de informação.” (ANTOUN, 2004, p. 231) Uma parte dessas guerras, “frias e quentes”, são planejadas e seus agentes são formados a partir de simuladores e games.

⁴ Chief Technology Officer U.S. Army Simulation, Training, and Instrumentation



A complexidade das ações e a incerteza dos cenários de guerra encontraram no ambiente dos jogos eletrônicos e dos atuais games o melhor meio para assegurar uma preparação cognitiva adequada dos combatentes. Dificuldades de diversos níveis e até surpresas pouco previsíveis são organizadas pelos desenvolvedores de games que apresentam cada vez mais sofisticação e precisão realista no movimento dos objetos virtualizados.

Rita Raley reproduziu em seu livro *Tactical Media* uma passagem de Edward Castranova, autor de *Synthetic Worlds* que nos permite observar as perspectivas dos jogos digitais para além do simples treinamento:

“the lesson is that the army must fight where the war is, and the war will go where the people are. In 1814, everybody was on foot. In 1914, they were on trains. In 1940, they were in cars. In 2040, they will be in avatars”. (CASTRANOVA apud RALEY, 2009, p.65)

Nesse sentido, a própria guerra já está sendo pensada no ciberespaço, não como um território de passagem, mas como um espaço fundamental a ser dominado. Essa perspectiva aposta na tendência do espaço virtual se tornar a plataforma onde serão organizadas as principais atividades humanas e de onde também partirão as ações mais amplas e intensas de interferência no cotidiano presencial das sociedades. Isso agiganta a importância dos games como expressão típica do universo virtualizado.

A expansão dos *serious games*

A professora Lúcia Santaella ao estudar as profundas mudanças da comunicação no que denominou era da mobilidade percebeu a extrema relevância dos games:

“Para se ter uma idéia do papel que os jogos eletrônicos estão desempenhando na cultura humana deste início do terceiro milênio basta dizer que a movimentação



financeira de sua indústria é a primeira na área de entretenimento, superior à do cinema, e a terceira do mundo, perdendo apenas para a indústria bélica e a automobilística.” (SANTAELLA, 2007, p. 407)

Já há algum tempo, os games ultrapassaram o mundo do entretenimento, do treinamento militar, ganharam usos educacionais e migraram para diversas áreas, por isso suas novas aplicações são denominadas de “*serious game*”. Este termo, que poderia ser traduzido literalmente por “jogo sério”, tem sido utilizado muito antes da expansão dos computadores e dispositivos eletrônicos no cotidiano das pessoas. Clark Abt, em 1977, publicou o livro “*Serious Games*” que pensava os jogos de carta e de tabuleiro para usos distintos para além do simples entretenimento.

Michael Zyda em “*From Visual Simulation to Virtual Reality to Games*” escreveu que a definição formal de serious games pode ser descrita como “a mental contest, played with a computer in accordance with specific rules, that uses entertainment to further government or corporate training, education, health, public policy, and strategic communication objectives.” (ZYDA, 2005, p.26)

Muitos pesquisadores já haviam percebido que os games absorveram muito das linguagens de outras mídias e que estas também passaram a incorporar seus recursos semióticos (SANTAELLA, 2007, p. 408). Tais arranjos signícos e sua extrema capacidade de mover nossa imaginação e estimular nosso raciocínio foram transportados como uma nova mídia para a comunicação de entidades do mercado ou de outras instituições.

Os games, em geral, trabalham com a necessidade de superar desafios e tem importantes componentes necessários ao aprendizado e ao treinamento. Como exige uma concentração prazerosa das atenções que acaba gerando uma imersão no contexto proposto, a partir deste paradigma, o game pode ser aplicado em vários processos comunicacionais. Os “*serious games*” podem ser entendidos como uma importante mídia para diversos conteúdos e aplicações que exijam: grande atenção, memorização de regras e da movimentação de diversos elementos.



Um dos fundadores da empresa Persuasive Games, Ian Bogost, lançou o jogo Killer Flu⁵, para explicar a chamada gripe Influenza. Bogost afirmou ao jornal Telegraph da Inglaterra: “nosso jogo é sobre o aumento da informação e redução do pânico. Jogos têm um poder único que as outros mídias não têm. Eles permitem você compreender como os sistemas operam. A epidemiologia pode realmente ser melhor explicada em um jogo do que na forma de um panfleto ou documentário”.

Inicialmente chamada de gripe suína, causada pelo vírus A (H1N1), a Influenza é uma infecção do sistema respiratório que pode transformar-se em uma forte pneumonia. A partir do México, a Influenza espalhou-se por diversos países, colocando as autoridades de Saúde Pública em estado de alerta, dada a possibilidade dela tornar-se uma pandemia em larga escala. Uma das reações mais interessantes e inusitadas à Influenza foi o imediato surgimento de vários games sobre sua expansão e como evitá-la⁶.

Práticas recombinantes, Machinimas e o audio-visual ativista.

O mundo digital é um mundo liberto dos suportes. Os conteúdos e formatos podem ser facilmente recombinados e multiplicados sem os limites da matéria. Soma-se a isto duas outras importantes constatações. Primeira, está no fato de que os games “são híbridos porque envolvem programação, roteiro de navegação, design de interface, técnicas de animação, usabilidade.” (SANTAELLA, 2007, p. 408) Segunda, é que muitas empresas de games estão lançando suas ferramentas de design junto com seus jogos (JENKINS, 218).

⁵ <http://www.clinical-virology.org/killerflu/killerflu.html>

⁶ Um bom exemplo está no site <http://www.thegreatflu.com/>, do Erasmus Medical Center. Outro exemplo, menos sério foi produzido por dois jovens e está disponível no endereço: http://www.swinefighter.com/#heyzap_game=swinefighter. Acesso em 20/06/2009.



Reforçando a primeira constatação é importante agregar uma outra. Roger Smith afirmou que apenas no SourceForge, um dos maiores repositórios de códigos-fonte de softwares abertos para desenvolvimento colaborativo, mais de 25% de todos os projetos (que ultrapassam no mês de junho de 2009, mais de 150 mil) são desenvolvidos para jogos de computador e ferramentas de apoio. Smith entende que isso é um forte indício de que muitas pessoas estão ansiosas para investir seu tempo, inteligência, expressar sua criatividade e criar uma reputação desenvolvendo games e organizando comunidades de desenvolvedores em sua volta (SMITH, 2006, P.14).

Essas constatações reforçam a observação de que as atividades de remixagem, típicas da cibercultura (LE MOS, 2006, 52), da música techno e dos fanfics, também estão presentes de modo marcante no mundo dos games, reunindo diversas habilidades em uma espécie de meta-hibridização. O que é alavancado pela facilidade de uso dos games como cenários para animações e histórias, tal como vem ocorrendo nos machinimas.

Machinima vem da reunião das palavras inglesas “machine” e “animation”. Em 1993, o Doom lançou em programa que permitia que seus jogadores gravassem suas ações de combate dentro do game para análise e reprodução posterior. Várias pessoas passaram a gravar as cenas de seus avatares no jogo. Logo, muitos jovens puseram a criar roteiros dentro do jogo e a gravá-los como um mini-filmes. O machinima se espalhou como uma prática de recombinação das mais criativas e inspiradoras do mundo digital. O pesquisador norte-americano Henry Jenkins afirma categoricamente, ao refletir sobre o fenômeno do machinima, que:

“isso é o que se afirmava que iria ocorrer como consequência inevitável da revolução digital: a tecnologia colocaria nas mãos de pessoas comuns, para sua expressão criativa, ferramentas de baixo custo e fáceis de usar. Derrube as barreiras da participação e forneça novos canais de publicidade e distribuição, e as pessoas criarão coisas extraordinárias. Pense nessas subculturas como frascos de laboratório estéticos. Ponha neles uma semente e observe a germinação. (JENKINS, 2008, p. 203)

(...)

A modificação de games representa a versão mais extrema de outras práticas difundidas, através das quais jogadores customizam os personagens, os ambientes ou as



experiências do jogo. Will Wright, criador de SimCity (1989) e The Sims (2000), afirma que, na indústria de games, a separação entre criadores e consumidores é muito menor do que a maior parte dos outros setores da indústria do entretenimento, em parte porque quase todo o pessoal da indústria de jogos se lembra de quando as pessoas desenvolviam games na garagem de casa. (JENKINS, 2008, p.221-222)

Os machinimas adquiriram tanta importância que já possuem premiações, associações⁷ e a própria indústria dos games incorporou sua existência como um aliado na consolidação de seus produtos, bem como, para descobrir novos talentos da animação. Jenkins, em sua pesquisa, percebeu que o game da Lionhead já vinha com um estúdio para que fossem montados novos filmes com os personagens do game, permitindo o seu compartilhamento online (JENKINS, 2008, p. 206).

O machinima alcançou o universo do ativismo político e social com o French Democracy⁸. Trata-se de um machinima feito pelo design francês de origem chinesa, Alex Chan, sobre o game The Movies utilizando a plataforma de animação da companhia inglesa Lionhead Studios. O filme relata os conflitos ocorridos nos subúrbios de Paris, em 2005, envolvendo jovens imigrantes. French Democracy tem 4 personagens centrais que são imigrantes discriminados e humilhados. Sua história desemboca no levante e nos confrontos com a Polícia Francesa. A animação demonstra que a revolta dos imigrantes era extremamente justificável diante do cotidiano de violência racial e étnica a que estão submetidos.

Hackeamento e reconfiguração das tecnologias para servir ao ativismo

A força persuasiva e educativa dos games já havia sido descoberta por vários educadores e também pelos ativistas na rede. Na Itália, um coletivo de artistas, designers e programadores criaram o Molleindustria. Seu principal criador, Paolo

⁷ <http://www.machinima.org/>

⁸ <http://machinima.com/film/view&id=1407>



Pedercini, nascido em Milão e atualmente residente em Nova York, quer usar a estética dos games para promover a crítica social e política. “Games radicais contra a ditadura do entretenimento”, é o slogan do coletivo. Molleindustria quer usar os Games como um ponto de partida para uma nova geração de desenvolvedores críticos e, acima de tudo, para disseminar novas experiências e práticas que podem ser facilmente copiadas e difundidas de modo viral.

No site do Molleindustria⁹, podemos encontrar vários jogos desenvolvidos em flash, uma linguagem proprietária, mas que se disseminou velozmente, devido à sua facilidade de uso. Os jogos do Molleindustria trazem uma crítica radical e são uma manifestação contra-cultural baseada, principalmente, na sátira política que envolve os jogadores com situações cômicas que emanam das contradições e situações construídas pelo desenvolvedor como leitura da realidade do poder aplicada no jogo.

Um dos jogos de maior sucesso é McDonald's Video Game¹⁰ que é apresentado em mais de oito línguas, inclusive o português. Na abertura do jogo, aparece a sua clara intenção: “Ganhar dinheiro com uma empresa como o McDonald's não é tão fácil quanto parece! Por trás de cada sanduíche há um complexo sistema que você precisa saber administrar: da criação de gado ao gerenciamento da marca, passando pelo abate e pela administração de um restaurante. Você vai descobrir toda a sujeira debaixo do tapete que faz de nós uma das maiores empresas do mundo.”

Segundo Alessandro Ludovico, que apresentou o texto "Molleindustria, o papel do videogame como um meio político"¹¹, o McDonald's Video Game pretende revelar as consequências catastróficas do capitalismo global aplicada aos alimentos através de uma simulação sobre a gestão da cadeia produtiva e de comércio do McDonald. Assim, o jogador pode conhecer as implacáveis engrenagens da indústria do fast food, as estratégias necessárias para ganhar mais dinheiro, simular as possibilidades de uso de transgênicos e de hormônios, entre outras decisões claramente praticadas na realidade.

⁹ <http://molleindustria.org/en/home>

¹⁰ <http://www.mcvideogame.com/game-por.html>

¹¹ http://www.neural.it/art/2007/11/molleindustria_videogame_rules.phtml



Existem diversos jogos desenvolvidos pelo Molleindustria, entre eles podemos destacar: Oilgarchy, The Free Culture Game (jogo da cultura livre), Operation Pedopriest, Enduring Indymedia, etc. No Oilgarchy, o jogador é convidado a ser o protagonista da era do petróleo: perfurar e explorar reservas em todo o mundo, conquistar políticos corruptos, barrar o uso de energias alternativas e aumentar a dependência mundial do petróleo. O jogo torna extremamente clara a lógica e a ação da indústria do petróleo e sua ação devastadora sobre o meio ambiente e sobre a sociedade.

The Free Culture Game é um jogo sobre a luta entre a cultura livre e a indústria do copyright. O objetivo do jogo é criar e defender o conhecimento comum do seu controle e aprisionamento pela corporações privadas. Liberar os consumidores e sua criatividade do domínio do mercado é ação que deve ser executada no jogo. Talvez um dos jogos mais polêmicos e radicais criados pelo Molleindustria tenha sido o Operation Pedopriest, uma vez que de modo bem-humorado denuncia os abusos sexuais cometidos pelos padres católicos norte-americanos. No jogo, o Vaticano criou uma força-tarefa para abafar o caso, evitar que os pecadores sejam capturados e levados ao tribunal, de acordo com a lei dos homens. O objetivo do jogador é controlar as operações para prender os pedófilos mesmo diante do código de silêncio imposto pela instituição religiosa. Já no jogo Enduring Indymedia, o jogador toma contato com o caso ocorrido em outubro de 2004, quando o FBI apreendeu os servidores do site de mídia independente, Inymedia. O FBI afirma que a ordem partiu de um pedido do governo italiano e das autoridades suíças, mas não há nenhuma confirmação oficial. O jogo insinua que a apreensão foi determinada pela gestão George W. Bush.

"A ideologia de um jogo reside nas suas regras", disse Paolo Pedercini, criador do Molleindustria. Ele acredita que os jogos eletrônicos são mais que declarações, pois se tornam mais claras através da interação lúdica, engraçada e de interfaces e simulações que traduzem o modo como o mercado capitalista e o poder atuam na sociedade. O videogame pode ser um meio legítimo e de grande potencial para defender uma causa social e envolver pessoas em seu apoio. Alessandro Ludovico acredita que a lição que



podemos aprender com os jovens do Molleindustria é que a política pode ser divertida e as regras do jogo podem ser usadas como uma língua, desconstruindo as relações de poder.

Conclusão: Moleindustria e o paradigma do game-ativismo

Se a indústria audiovisual descobriu os games como grande negócio, os produtores de conteúdo para a mídia de massas e para a web ainda estão apenas iniciando sua jornada pela estética dos games. Isso também vale para o ativismo político, social e cultural. Todavia, o sucesso de iniciativas como a do Molleindustria poderá incentivar seu uso mais intenso pelos ativistas tal como ocorreu com o uso de redes sociais na política, principalmente a partir da campanha de Barak Obama.

O que denomino game-ativismo pode ser definido como a utilização do game como mídia para a denúncia de fatos, disseminação de propostas, esclarecimento de cenários futuros e para comunicar aos cidadãos e envolvê-los com uma causa política, sócio-ambiental e cultural.

O desenvolvimento de games voltados ao ativismo podem ampliar o debate da esfera pública interconectada, pois eles permitem discutir o tema em questão a partir das regras que foram adotadas para a montagem do game. Sua timidez, insuficiências e exageros podem ficar bem mais claros em um game do que em um texto. Um game pode esclarecer se uma proposição é ou não adequada à sociedade a partir das opções que devem estar nele contidas. A montagem de um game expõe muito mais a estrutura de um dado discurso e a sua ideologia. A hipótese de Paolo Pedercini, do Molleindustria de que “a ideologia do jogo está nas suas regras” pode ser muito importante para fortalecer a deliberação em uma esfera pública que conta com a liberdade de uso dos games para além do entretenimento.



REFERÊNCIAS

ABT, Clark. **Serious Games**. New York: The Viking Press, 1970.

ANTOUN, Henrique. Democracia, multidão e guerra no ciberespaço. In: **As Tramas da Rede** / André Parente (org.).

BENKLER, Yochai. **The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom**. Disponível: http://www.benkler.org/wealth_of_networks/index.php?title=Download_PDFs_of_the_book

French Democracy, verbete: http://en.wikipedia.org/wiki/The_French_Democracy

Games for Entertainment and Learning (GEL) Lab at Michigan State University
<http://seriousgames.msu.edu/>

Hacktivismo: <http://www.hacktivismo.com/news/>

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

LE MOS, André. Ciber-cultura-remix. In: **Imagem (Ir)realidade: comunicação e cibermídia** / Denize Correa Araújo (org.). Porto Alegre: Sulina, 2006.

La Molleindustria - radical games against the dictatorship of entertainment:
<http://www.molleindustria.org/>

PURDY, John A. **Getting Serious About Digital Games in Learning**. Corporate University Journal. n.1. 2007. pp 3-6. Disponível: <http://www.corpu.com/newsletter%5Fwi07/sect2.asp>
Acesso 10/04/2009.

RALEY, Rita. **Tactical media**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009.

SAMUEL, Alexandra Whitney. **Hactivism and the Future of Political Participation**. A thesis presented by Alexandra Whitney Samuel to the Department of Government in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in the subject of Political Science. Cambridge, Massachusetts, September 2004.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SMITH, Roger. **Game impact theory**: the five forces that are driving the adoption of game technologies within multiple established industries. 2006. Disponível:
http://www.ctonet.org/documents/SmithR_GameImpactTheory.pdf Acesso 12/04/2009.



VEGH, Sandor. **Hactivists or Cyberterrorists?** The Changing Media Discourse on Hacking. First Monday, volume 7, number 10 (October 2002).

URL: http://firstmonday.org/issues/issue7_10/vegh/index.html

VEGH, Sandor. Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank. In: **Cyberactivism: online activism in theory and practice** / Martha McCaughey; Michael D. Ayers (org). New York: Routledge, 2003.

ZYDA, Michael. **From visual simulation to virtual reality to games.** IEEE Computer: September, 2005. Disponível:

<http://gamepipe.usc.edu/~zyda/pubs/Zyda-IEEE-Computer-Sept2005.pdf>

Acesso 12/04/2009.