



Uma Análise das Estratégias Comunicacionais utilizadas durante o Jogo Pokémon¹

Irina Coelho Monte²
Universidade Federal do Piauí

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo entender quais são as estratégias comunicacionais utilizadas pelos jovens da cidade de Teresina durante o jogo eletrônico. Para tal, foi utilizado o jogo Pokémon, os estudos em recepção e conceitos como o de mediação e interação, além de trabalhar empiricamente com a observação de um grupo de pessoas que foram os responsáveis por organizar o I Torneio Pokémon DS, na cidade. A pesquisa é centrada em observar as estratégias, atitudes, comportamento, ambiente e falas dos jogadores durante o jogo. Após as análises, foram observados que para os estudos em recepção de jogos eletrônicos era necessário propor duas novas categorias de interação e acrescentamos aos estudos de Beatriz Schmidt (2005) as categorias linguageira e estratégicas.

Palavras-chave

Estratégias comunicacionais; Jogos interativos; Recepção; Interação; Mediação;

Introdução

O jogo é uma atividade voluntária, com regras obrigatórias e direcionadas para um ambiente determinado. O presente trabalho trata esse fenômeno como uma forma específica de atividade, como função social. A preocupação é observar a ação resultada do próprio jogo, procurando entendê-la como fator cultural. Este trabalho tem como objetivo perceber quais são as estratégias comunicacionais utilizadas pelos jovens durante o jogo eletrônico Pokémon.

Serão analisadas tais estratégias através dos estudos em recepção e de conceitos como mediação e interação. A metodologia utilizada são estudos empíricos cuja base de observação é um grupo de pessoas que se autodenominam Bitando³. Eles são formados por 13 jovens, de 15 a 24 anos, que tiveram um encontro no dia 25 de setembro de 2010, na loja Red Dragon, na cidade de Teresina (PI), para participar do I Torneio

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada no curso de Comunicação Social-habilitação em Jornalismo da UFPI. E-mail: irinaacoelho@gmail.com.

³ Grupo de pessoas que se reúnem periodicamente para jogar videogame. Além disso, eles mantêm uma página na internet do grupo no endereço eletrônico <http://www.bitando.com/>.



Pokémon Nintendo DS⁴. Essa competição foi idealizada, pensada e organizada pelos próprios jogadores e participantes do grupo.

A abordagem foi escolhida por entender que o jogo não tem apenas a finalidade de entreter. De acordo com os estudos do holandês Johan Huizinga (2001), uma das possibilidades permitida pelo jogo é a entrada em uma nova vida, com novos objetivos, acompanhado de sentimentos extremos (que vão desde a paixão até o ódio) e segundo ele é isso que seduz a humanidade.

O ato de jogar apresenta um espaço de criação cultural por excelência e com características como: ordem, tensão, movimento, mudança, solidariedade, ritmo e entusiasmo. É uma atividade genuinamente voluntária e que por meio de ordens deixa de ser jogo. “Brincar não é uma dinâmica interna do indivíduo, mas uma atividade dotada de uma significação social precisa e que, como outras, necessitam de aprendizagem” (BROUGÈRE, 1998, p. 01).

O artigo foca em um tipo de jogo específico, o videogame. Aqui, ele é tido como um jogo que apresenta e possui suas particularidades. È levado em consideração também, o local onde se desenvolve o jogo e que ele pode determinar características diferentes ao próprio jogo e ao comportamento do jogador.

De acordo com Aarseth (apud NESTERIUK, 2004, p.07), o videogame é um expressivo e complexo cultural, estético e de linguagem, que foi capaz de desenvolver ao longo do seu período de existência, toda uma retórica própria. Isso sem esquecer a importância financeira que a sua indústria representa. Hoje, ela é a terceira no mundo perdendo apenas para a indústria bélica e automobilística.

1- Práticas sociais e interação: Um processo (antes de tudo) comunicativo

As novas formas de adequar às tecnologias comunicacionais a certas práticas sociais são pontos relevantes na contemporaneidade. Ricardo Haye (apud Schmidt, 2005, p. 04) entende essas novas práticas sociais como:

⁴ Nintendo Dual Screen (abreviado como NDS ou DS) é um videogame portátil lançado em 2004. Ele apresenta duas telas, a inferior age como uma tela sensível ao toque, um sistema de microfone embutido e suporte a conexão sem-fio via Wireless Local ou pelo Nintendo Wi-Fi Connection, que permite batalhas multiplayer com jogadores de todo o mundo.



“práticas significantes”, isto é, não podem ser “pensadas como canais através dos quais (só) se transmitem conteúdos, mas como espaços nos quais diferentes atores desempenham diferentes papéis, produzindo o sentido em conjunto, (em que) produtores e receptores (co-produtores) adquiram um papel produtivo”. (Schmidt, 2005, p. 04)

Assim, lidando com campos diferentes (produção e co-produção) a perspectiva de interação deve ser vista como um processo de relação, de articulação, de negociação, em que os sujeitos atuam com suas experiências e poderes de forma fundamentalmente criativa.

O trabalho compartilha as idéias de Beatriz Schmidt (2005), que baseado em vários autores, percebe o processo de interação mediante negociações. O foco central dessas práticas sociais, segundo a autora, é mostrar que a busca pela interação é pertinente, na medida em que leva ao melhor desempenho dessas novas práticas comunicativas. O fundamental é colocar ao leitor que a comunicação é a interação entre sujeitos e que para que ela exista basta que os interlocutores tenham uma memória comum e participem da mesma cultura.

Para Martin-Barbero (1992) é impossível entender a verdadeira importância que os meios de comunicação sem estudar a vida das pessoas. O que ele chama de mediações é justamente aqueles espaços entre o estímulo e a resposta onde há crenças, costumes, sonhos, medos e tudo o que se configurava cultura cotidiana.

As mediações são esses lugares a partir do qual é possível compreender a interação entre o espaço de produção e o de recepção: o que se produz na televisão não atende unicamente as necessidades do sistema industrial e as estratégias comerciais, mas também a exigências que vem da trama cultural e dos modos de ver. Estamos afirmando que a televisão não funciona sem assumir- e ao assumir, legitimar – as demandas que vem dos grupos receptores; mas, por sua vez não pode legitimar essas demandas sem ressignificá-las em função do discurso social hegemônico. (BARBERO, 1992, p. 20)

Os estudos da comunicação caminham para a análise das trocas simbólicas entre emissor e receptor e suas complexas mediações na recepção. Uma nova compreensão do papel do receptor, que passa a ser sujeito no processo de comunicação, agindo como ator social na formulação de novos sentidos. O que há é uma procura de outros elementos para dá conta das novas práticas contemporâneas. Os estudos são voltados para o espaço do mundo cotidiano de pessoas e grupos sociais.

O artigo busca a compreensão social através das singularidades individuais e no que diz respeito à comunicação o desafio é perceber as condições do sujeito e das mediações que ultrapassam a noção de um determinado emissor e receptor, ou sujeito e



objeto. O receptor deixa de ser visto como consumidor de produtos massificados ou de supérfluo culturais e passa a ser percebido no mundo da cultura em produção, surgem novas chances para o encontro do sujeito e isso proporciona a descoberta de um mundo social plural.

A percepção da pluralidade dos atores sociais possibilita outras costuras explicativas na identificação do lugar da comunicação, bem como na ruptura de fronteiras disciplinares e nos novos indicadores sobre o significado do tempo social. É nessa encruzilhada de questões que também surgem novos apostes e pistas, talvez mais como cunhas verticais ante o conhecimento até agora disponível em comunicação. Disso resultam pontos nodais, ou matrizes das quais a comunicação pode ser retomada, vislumbrando talvez caminhos vicinais e intermediários, mas que levam a um mapeamento de como a questão vem sendo hoje estudada: da concepção atual de sociedade à de tecnologia e poder, ou do indivíduo à matrizes culturais, não há um conhecimento contínuo e linear, ao contrário, há pistas sobre o movimento de questões em curso nessa área de estudo. (SOUSA, 1995, p.28)

Será utilizado o procedimento desenvolvido por Orozco (1997) que tem o objetivo de investigar as relações entre cultura e mídias e como paradigma interpretar as mediações múltiplas na recepção. As pesquisas qualitativas neste campo têm contribuído para a compreensão das novas relações entre *cultura/mídia/sociedade* no mundo globalizado e as identidades culturais locais.

Para ele, são as categorias de mediações que permitem ao investigador compreender as relações da mídia com a recepção e elas devem ser exploradas não linearmente, mas em suas diferentes dimensões complexas e contextualidades. O artigo trabalha com a noção que o jogo é construído e pensado para permitir que os jogadores se tornem co-autores da obra.

Julio Plaza (apud DOMINGUES, 2008, p.01) classifica a abertura da obra a partir das noções de “Obra Aberta”, posposta em 1962, por Umberto Eco. Segundo Plaza (2008), uma obra é “aberta porque não comporta apenas uma interpretação”. O receptor participa da construção da obra de arte e o objeto artístico, possibilita caminhos a partir de uma gama aberta de escolhas. O operador transforma-se em co-autor e se a obra estiver aberta a múltiplos usuários, ele tende a transformar-se numa construção coletiva. Mas é claro que o videogame possui limite e este pode ser físico ou projetual.

Outra forma de participação no jogo é através da atuação que o jogador faz no momento da partida se tornando um personagem. Ao controlar um avatar⁵ ele também está sendo interpretado e essa interpretação é construída pelo jogador, como se ele fosse um ator. É o que Sato (apud Domingues, 1998, p.31) afirma:

⁵ Figuras que são criadas permitindo sua "personalização" no interior das máquinas e telas de computador.



Ao interpretar uma personagem o indivíduo experimenta a vida de sua personagem naquele contexto. Portanto compreendemos que ao experimentar a realidade virtual do ambiente do jogo, o indivíduo está experimentando a realidade de sua personagem e, assim, neste momento do jogo, a realidade da personagem torna-se própria realidade do indivíduo. (DOMINGUES, 1998, p.31)

Vale destacar que na situação colocada acima, a intenção inicial do receptor é simplesmente a de jogar. A co-autoria se restringe a colocar um tom particular, pessoal, no tempo próprio da partida, sem interferir na estrutura do jogo. Desta forma, discutimos a subjetividade dos jogadores como procedimentos construídos e apoiados nas histórias elaboradas para os jogos e nas narrativas construídas pelos próprios jogadores, que funcionam como ponto comum entre os jogos e os jogadores.

É por meio desse entendimento de narrativa, que os sujeitos-jogadores podem refletir sobre os jogos; trocar informações entre si; fazer auto-reflexões sobre as informações captadas; escrever (no caso de gamemaníacos que trabalham para as revistas especializadas) sobre os aspectos principais dos jogos; ou mesmo narrarem, de maneira própria, os games que estão jogando. (MENDES, 2006, p 03)

Outra tática ligada com a transformação dos jogadores em personagens é a que coloca sob suspeita as separações entre as personagens e os cenários que as rodeiam.

Em cenários muito amplos, a dificuldade de localização das personagens é uma tática que constitui e promove o súbito. Muitas ações e situações construídas com base em mecanismos gráficos utilizados para constituir os cenários e as personagens também tiram a linearidade das narrativas próprias dos jogos e favorecem as mais diversas narrativas por parte dos jogadores. (MENDES, 2006, p 10)

Neste caso, no primeiro momento, o jogador não sabe onde exatamente estão às dificuldades e nem como serão as suas próximas ações. Essa exploração se realiza e surgem inimigos diversos e/ou obstáculos físicos para ampliar ainda mais o envolvimento. Há também, o acompanhamento de um som que pretende fortalecer a surpresa. Tudo isso afeta as narrativas tendo efeitos sobre a conduta dos sujeitos-jogadores-personagens.

São estas tensões, somadas aos mecanismos de transformação dos sujeitos-jogadores que quebram com a linearidade das narrativas dos jogos. Vale lembrar, que só ocorre à interrupção dos processos de linearidade das narrativas se as estratégias forem usadas no presente, naquele momento exato do ato de jogar.

2- “Pokémon, eu escolho você”

O material utilizado nas análises deste trabalho é fruto do I Torneio Pokémon Nintendo DS, que aconteceu no dia 25 de setembro de 2010, na loja Red Dragon,



localizada na cidade de Teresina (PI), Brasil. O campeonato foi promovido pelo grupo denominado Bitando e participaram 13 jogadores, de 15 á 24 anos e é baseado nessas experiências que perceberemos como são construídas as estratégias comunicacionais durante as batalhas.

Lançada em 1996, no Japão, Pokémon se tornou uma franquia responsável por arrecadar milhões de dólares em todo o mundo. O jogo (Pocket Monsters - Monstros de Bolso) foi criado por Satoshi Tajiri e ganhou popularidade nos anos 90. A inspiração veio através da coleção pessoal de insetos que Satoshi mantinha desde a adolescência e além dos insetos, ele colecionava também as informações sobre as principais características dos bichos. A idéia de transformar isso em um jogo ocorreu quando ele observou duas pessoas jogando Game Boy⁶ conectados pelo cabo link.

O seu maior atrativo é à possibilidade de controlar inúmeras criaturas e de se comunicar com outro treinador. Hoje é uma dos principais produtos da empresa Nintendo⁷ e a principal missão é começar como um treinador e se tornar um lendário Mestre. No mundo Pokémon, cada tipo de criatura tem habilidades e ataques diferenciado e o jogador tem que conhecer as características dos seus monstros. Atualmente eles podem ser: normal, elétrico, água, fogo, planta, gelo, voador, inseto, lutador, terra, pedra, veneno, metálico, noturno, psíquico, fantasma e dragão.

O sistema de batalha é baseado na força, fraqueza e imunidade dos diferentes tipos de pokémon. Uma criatura do tipo água, por exemplo, é forte contra uma do tipo fogo, mas ao mesmo tempo é fraca contra outra do tipo elétrico. Isso torna as lutas extremamente estratégicas. Hoje, os jogadores já conseguiram descobrir 493 diferentes espécies de pokémon e essa variedade de monstros é resultado de quatro diferentes gerações do jogo.

Entendido isso, partimos para as análises empíricas capturada durante o I Torneio Pokémon Nintendo DS. O objetivo é entender as estratégias comunicacionais utilizadas pelos jogadores durante o jogo e como isso resulta em novas experiências através das mediações e interações.

A base é o conceito de mediação proposto por Martin- Barbero (1992), em que ele afirma “as mediações são esses lugares a partir do qual é possível compreender a interação entre o espaço de produção e o de recepção” (BARBERO, 1992, p. 20). É

⁶ O Game Boy é um console portátil desenvolvido pela Nintendo desde 1988 e hoje encontra-se na sexta geração.

⁷ <http://www.nintendo.com>



necessário esclarecer ainda, que o campeonato apresentou regras próprias e que estavam disponíveis no blog⁸ do grupo Bitando.

O campeonato permitirá o uso de qualquer um dos jogos da série para Nintendo DS (Pearl, Diamond, Platinum, Heart Gold e Soul Silver) e usará um regulamento criado por nós tendo como base os usados em campeonatos Pokémon em vários outros estados do Brasil. As regras foram moldadas para proporcionar mais equilíbrio e competitividade e menos exclusão de determinadas estratégias que poderiam ficar oprimidas se certas liberdades fossem dadas. Queremos um campeonato menos previsível e mais divertido, mas que não limite nenhuma estratégia ou jogador. (BITANDO, 2010)

No torneio em si, a jogadora Sellen Bandeira iniciou sua participação não cumprindo uma das regras logo na primeira batalha. A moça colocou, simultaneamente, dois de seus Pokémons dormindo e isso acarretou a sua desclassificação. Indagada, por meio de um questionário aberto, o motivo de sua derrota, Suellen afirmou que “eu não li as regras direito”. Com essa atitude, ela se encaixa no tipo de jogador apresentado por Huizinga(2001,p. 14) como desmancha- prazeres, já que houve um desrespeito ou a ignorância das regras e isso destrói o mundo mágico e priva o jogo da ilusão. Tal fato demonstra o caráter frágil do mundo dos jogos, que basta apenas a quebra de regras para interrompê-lo.

No que se refere às mediações, ilustraremos como elas ocorrem através da classificação de Orozco (1997). Ele classifica as mediações em individuais, institucionais, situacional, referencial e tecnológica. A primeira delas são as mediações individuais, nesse caso elas resultam das experiências próprias de cada um como sujeito cognitivo e comunicativo. No torneio isso é percebido através da opinião de Hugo Calandes, um dos participantes, que antes de começar a competição narra aos colegas, em conversa informal, às conquistas feitas no dia anterior, quando ele conseguiu capturar três pokemons de um amigo durante outra batalha.

A segunda classificação de mediação proposta por Orozco (1997) são as institucionais. Refere-se à participação das várias organizações como a família, a escola, o trabalho e igreja e ele entende que elas influenciam no processo de recepção. Neste caso, temos que para alguns autores os jogos desenvolvem a subjetividade e os aspectos técnicos humanos; para outros, esse tipo de atividade diminui os coeficientes de sociabilidade. De um lado temos a família, por exemplo, negando, controlando e questionando o ato de jogar, como acontece com o jogador Décio Oliveira, um dos treinadores Pokémon e participante do Torneio. Ele teve que adquirir a confiança dos

⁸ <http://www.bitando.com/>



pais e provar, através de conquistas pessoais- como a entrada em uma universidade pública, que o videogame não atrapalha sua rotina de responsabilidades e até isso acontecer levou anos.

Já com relação à instituição escola, o mesmo treinador afirma que foi nesse ambiente que o jogo eletrônico começou a fazer parte efetivamente da sua vida. “Foi lá que eu conheci pessoas iguais a mim e foi isso que permitiu que uma pessoa tímida como eu participasse de um “grupo”, ampliando assim minha rede de amigos”. Outra contribuição dos games foi o aprendizado de outra língua- o inglês, já que a maioria dos jogos tem esse idioma como padrão. A aprendizagem ultrapassa outro idioma, os participantes do grupo Bitando, discutem filmes, desenhos animados, séries, mangá⁹ e cosplay¹⁰ e isso também amplia o universo de interação entre os receptores de games.

A próxima mediação proposta pelo autor é a situacional. Ele observa existem fatores atuantes durante e depois da recepção e nesse processo o ambiente é fundamental. No caso do I Torneio de Pokémon de Nintendo DS a competição ocorreu em uma loja especializada em jogos. Isso fez com que os jogadores se sentissem “em casa” facilitando o clima da competição. Durante as partidas, de fato, era comum os próprios jogadores pedirem silêncio já que o barulho interferia na concentração e na montagem das estratégias. “Tudo é estratégia. O silêncio conta”, diz Jaime Marinho, também participante do Torneio.

No que diz respeito aos fatores que influenciam o processo de recepção depois do jogo, compartilharemos novamente das idéias de Huizinga (2001) para explicar o porquê grupos como o Bitando se formam e permanecem unidos mesmo depois que acaba o jogo.

As comunidades de jogadores geralmente tendem-se a se tornarem permanente, mesmo depois que acaba o jogo. A sensação de estar “separadamente juntos”, numa situação excepcional, de partilhar algo importante, afastando-se do resto do mundo e recusando as normas habituais, conserva sua magia para além da duração do jogo. (HUIZINGA, 2001, p. 15)

Isso é exemplificado com as breves palavras de Filipi Cloud, antes de começar a competição. “É fundamental a contribuição de todos para que isso se torne uma comunidade de amigos que se reúna periodicamente para jogar”, diz.

⁹ Histórias em quadrinhos feitas no estilo japonês. No Japão, o termo designa quaisquer histórias em quadrinhos.

¹⁰ É a abreviação de *costume play* ou ainda *costume roleplay* que podem traduzir-se por “representação de personagem a caráter”. Referir-se a atividade lúdica praticada principalmente (porém não exclusivamente) por jovens e que consiste em disfarçar-se ou fantasiar-se de algum personagem real ou ficcional.



Já a quarta classificação de Orozco (2007) trata da mediação referencial. Essa relacionada com a identificação pessoal no contexto social do sujeito receptor, assim como: *faixa etária, gênero, grau de escolaridade, classe sócio-econômica*. Participaram das competições 13 pessoas, de 15 a 24 anos, sendo três do sexo feminino e 10 do sexo masculino. O grau de escolaridade dos participantes é ensino médio em conclusão ou concluído, para aqueles até 18 anos e ensino superior em andamento para os que apresentam até 24 anos. Com relação à classe social, para adquirir um Nintendo DS, o jogador tem que dispor, só inicialmente, de cerca de R\$ 400,00 e isso demonstra que estamos tratando com competidores pertencem à classe média ou classe média alta.

A última classificação é a mediação tecnológica. Segundo Orozco (2007), a tecnologia envolvida durante o processo de recepção altera o resultado final da mediação. No caso do Nintendo Dual Screen a empresa Nintendo, periodicamente, lança novos modelos de portáteis e isso interfere nas informações extras recebidas durante as batalhas. Os portáteis mais novos trazem conteúdos extras em alguns jogos e isso pode colocar um jogador em vantagem durante a partida.

Depois de entendido o conceito e as classificações de mediação, o presente trabalho irá tratar da interação e como existem diferentes campos (produção e co-produção) a interação deve ser vista como um processo de relação, de articulação, de negociação, em que os sujeitos atuam com suas experiências. Para entender tal processo, o artigo recorrerá os estudos de Beatriz Schmidt (2005), que baseado em vários autores, percebe o processo de interação através de dimensões.

A primeira dimensão proposta por Schmidt (2005) é a relacional e de poder. Nessa etapa, quem produz tem total conhecimento do seu público-alvo, quais são os seus interesses e suas relações dentro e fora da comunidade em que estão inseridos. Um exemplo foi durante o sorteio das chaves do Torneio Pokémon, quando o jogador Alison Santos (considerado um dos melhores jogadores pelo grupo e um dos finalistas do campeonato) foi sorteado para duelar com o Filipi Cloud. A reação de todo o grupo foi de sorrir e antes mesmo da partida começar todos já consideravam que o Filipi o perdedor. Indagado sobre isso, Filipi confirma que o “conceito” prévio sobre as habilidades e o poder do seu adversário atrapalhou o andamento da batalha e facilitou sua derrota. “Eu já entrei na partida com receio. Todo mundo colocando pilha e falando que não tinha como eu ganhar e assim aconteceu”, lamenta o jogador. O fato é que o jogo transforma-se em um modificador de processos e comportamentos sociais e não



apenas porque tais ambientes interferem, mas por se tratar de um sistema que envolve o lúdico.

Outra dimensão colocada pela autora foi a interacional e negociada. Aqui, parte-se do pressuposto de que a co-produção produz outro discurso, apropriando-se do anterior que foi elaborado pelo campo da produção. A interação é vista como um lugar em que vão se constituindo vínculos entre as ofertas e os consumos comunicativos. Observando o Torneio Pokémon essa dimensão é percebida no momento em que os jogadores, em comum acordo, alteram o regulamento para aumentar o tempo de duração dos duelos. Aqui nos valemos da teoria dramaturgica, propostas de Erving Goffman (apud Falcão 2010. p. 11), que com o objetivo de entender o modo pelo qual se dão as micro-relações sociais, ele afirma que as ações humanas são dependentes do contexto interacional.

A idéia central da obra mais importante de Goffman, o *The Presentation of Self in Everyday Life*, e que dá base a teoria dramaturgica é a de que a realidade social, formada a partir do processo de interação, pode ser explicada se confrontadas diretamente com as especificidades relativas ao mundo como as representações de dramas se dão. [...] Para Goffman, um sujeito e seu contexto social não se definiriam individualmente ou de forma unitária, mas de acordo com tudo aquilo- e com todo o intertexto, com toda a representação simbólica inerente- que estivesse ao seu redor. (FALCÃO, 2010, p. 11)

A próxima dimensão de interação é a mediatizada ou multimediatizada e esta é fundamentada nas idéias de mediações de caráter institucional, pessoal, cultural e tecnológico. Nesse tipo de interação, que as novas tecnologias de informação têm se incorporado nas vidas domesticas com o uso de computadores, videogame e telefonia, por exemplo. Partindo dessas classificações, a interação só ocorre mediante negociações. Assim, o processo interativo constitui-se numa engrenagem entre produção, produto e co-produção e isso nos leva a dimensão invencional e experimental.

Segundo Beatriz Schmidt(2005), para que os sujeitos estejam no mesmo plano da interação com produção e o produto é necessário que eles permaneçam imersos no mesmo universo . Nos games o ambiente virtual é fundamental nesse processo. São varias as modalidades de simulação operada pelos dispositivos tecnológicos disponíveis.

No caso do Nintendo DS, a simulação do ambiente virtual é operada por dispositivos ópticos- auditivos, onde o corpo do usuário pouco participa do processo de imersão, nesse caso tem-se o jogador parado diante de imagens virtuais, mexendo apenas suas mãos, e quanto maior a concentração, maior o processo de imersão nesse ambiente virtual e mais entregue ao processo simulatório sua mente estará. Quanto



maior o silêncio e a concentração mais fácil a formação de estratégias que acabe com o adversário. Um exemplo, no I Torneio DS Pokémon foi todas as vezes que o jogador Lucas Lemos iniciava uma batalha não falava com ninguém e permanecia assim acabar a batalha.

Finalizando as cinco dimensões de Beatriz Schmidt (2005), trataremos da dimensão operacional e circulacional. Aqui os sujeitos operam, investem, constroem e produzem discursos. Os campos envolvidos no processo interacional devem absorver a estratégia de que o campo da produção é também um campo receptor de um discurso diferente daquele produzido anteriormente e, vice-versa, o campo da co-produção é também um campo produtor de sentido.

No caso do Bitando, essa co-produção é gerada por meio de plataformas gratuitas na internet, como blog e twitter, que permitem manter um elo com os que gostam de games. O blog é a ferramenta mais utilizada por eles na construção de um público específico dos jogos. Foi no blog também que ficou exposto o cartaz de divulgação do torneio e que são feitas resenhas e são expostas informações a respeito de alguma nova tecnologia lançada pelas fábricas de games, enfim, lá é um espaço destinado a falar e de construir novas idéias envolvendo os que gostam desse universo.

Depois de observar as dimensões de interação de Beatriz Schmidt (2005) e a classificações de mediação feita por Orozco(1997) nos deu base para uma discussão acerca das estratégias comunicacionais utilizadas nos games. Entretanto, sentimos a necessidade de propor duas novas dimensões (linguageira e estratégica) cuja intenção é somar aos conhecimentos existentes e construir um estudo ainda mais aprofundado no que diz respeito aos processos de recepção no universo dos games.

A dimensão linguageira foi percebida durante o convívio com os jogadores durante o I Torneio Pokémon. Ela trata da linguagem usada pelos jogadores durante a competição e para entender melhor nossas idéias nos valeremos dos ensinamentos deixados por Wittgenstein (apud Medeiros, 2006) a respeito do significado e uso de uma palavra e também das noções de jogos de linguagem já que estão intimamente ligadas. Para o autor, não se indaga qual é o significado de uma palavra e sim o seu uso. Iremos expor alguns princípios que são de grande valia para entender o que propõe Wittgenstein.



Na trilha do pensamento wittgensteiniano, além de abandonarmos o ponto de vista segundo o qual o “significado” de uma palavra é o que ela “significa” transfere-se, num certo sentido, do falante para o ouvinte, no interior do processo de comunicação, estaremos então aptos a aceitar que é desnecessário admitir que as palavras tenham um significado plenamente determinado, bem como que o uso da língua, em situações normais, seja explicável por meio de hipótese bastante fraca de que os seus falantes chegaram a um acordo suficiente sobre o uso das palavras. (MEDEIROS, 2006, p. 3)

A linguagem deve ser vista como o modo de interagirmos socialmente em uma comunidade. Ele define jogos de linguagem da seguinte forma:

Como uma combinação de palavras, de atos, de atitudes ou de forma de comportamento que possibilita a compreensão do processo de “uso” da linguagem em sua totalidade. Desse modo, é por meio de “jogo de linguagem” que os indivíduos aprendem, na infância, a usar certas palavras ou expressões. Na verdade o indivíduo não aprende apenas uma palavra ou expressão, mas um jogo de linguagem, e completo; noutras palavras, aprende a usar determinada palavra ou expressão lingüística, num contexto determinado, visando obter fins. (MEDEIROS, 2006, p. 4)

Assim, percebemos que ao fazer uso de uma linguagem específica para o que gosta da série Pokémon os jogadores estão se valendo dos jogos de linguagem proposto por Wittgenstein(2006). Isso pode ser percebido por meio de expressões como: “Meus Pokémons estão em stand by”. Frases assim são ditas quando o jogador está esperando para duelar. Temos também neologismos que só funcionam no contexto dos jogos e formam criados pelos jogadores Pokémon de nacionalidade brasileira que costumam aportaruguesar palavras em inglês como *breeding*, por exemplo, que quer dizer reproduzir/criar pokemons e é chamado de bridar.

A última dimensão exposta neste trabalho para estudar interação é a dimensão estratégica, que também surgiu a partir das observações durante o I Campeonato Pokémon. Nela serão expostas as situações de jogo em que um ou vários jogadores reconhecem a interdependência mútua de suas decisões. A grande final do I Torneio Pokémon Nintendo DS foi exemplo disso. Disputada entre Alison Santos e André Figueiredo, os dois jogadores possuíam estratégias completamente opostas e a insistência de Alison em atacar (sem se moldar ao adversário) resultou na sua derrota.

De um lado, tínhamos o André Figueiredo com um time de pokémons baseado na estratégia de defesa e do outro lado, Alíson tinha pokémons basicamente de ataque. A batalha se construiu com André, paciente e se defendendo contra os ataques dos pokemons do Alison. Entretanto, durante o duelo, o jogador Alíson só atacou sem se importar com as estratégias do oponente e isso culminou em uma derrota e no segundo lugar do campeonato. Isso é explicado através da Teoria dos Jogos, de Jonh Von Neuman.



Segundo ele, a escolha de decisões ótimas sob condições de conflitos e os elementos básicos de um jogo são os jogadores e as estratégias. No nosso campeonato, o que estamos propondo é que os jogadores tenham que levar em consideração as atitudes do adversário e mudar suas estratégias. Como fez o André, ao mudar a ordem de inserir os seus pokemons no campo de batalha para se adequar a estratégia de Alison. Percebendo que o primeiro Pokémon do Alison era de ataque, André colocou, inicialmente, um Pokémon armadilha no campo de batalha, que não atacava, mas diminuía gradativamente a força de todos os pokemons que fossem colocados no campo de batalha. A partir daí, todos os pokemons de Alison já entravam com um bom desconto no nível de vida.

Indagado sobre sua estratégia, André afirma que é característica sua observar como o outro se porta durante a batalha para só aí pautar o seu comportamento. “Eu não sou sempre agressivo ou defensivo. Eu me comporto de acordo com o meu adversário”, finaliza.

Considerações Finais

O trabalho buscou entender quais as estratégias comunicacionais utilizadas pelos jovens durante a prática do jogo eletrônico. Aqui, o jogo não se relaciona meramente com atividade física e mental ou tão somente com a lógica de perder ou ganhar, o ato de jogar vai além do que simplesmente entreter. O jogo é mais que um fenômeno fisiológico ou reflexo psicológico, ultrapassa os limites da atividade puramente física ou biológica. É uma função significativa, isto é, encerra um determinado sentido.

O exercício de atividades lúdicas ajuda no desenvolvimento de setores cognitivos, sociais, afetivos e culturais e isso nos leva diretamente ao fato que os jogos eletrônicos, desde a década de 80, vêm desempenhando um papel importante na cultura. Tentar mesurar e limitar o conceito de lúdico não é o objetivo deste trabalho. Tratamos a ludicidade como um fenômeno interno e mesmo quando o sujeito compartilha esse momento com outro, a sensação é interna e pertencente ao sujeito. No entanto, quando essas experiências são com várias pessoas, o grupo não sente, mas soma sentimentos que se torna comum. Assim, as atividades lúdicas são instrumentos de criação de identidade e individualidade.

Tomamos a juventude como uma categoria social e não apenas como uma fase biológica de transição para o mundo adulto. Assim, o jovem cria espaços propícios à



construção de sociabilidades. É o que Lemos (2002) aponta quando em seus escritos ele menciona Mafessoli, que propõe analisar as tribos contemporâneas a partir das redes. Para ele, o ciberespaço encarna essa forma social, construindo-se não só como uma rede de máquinas, mas também de pessoas. Partilhamos de uma perspectiva evolucionista que afirma que os expoentes de tais estudos partiram de uma noção de sociedade tradicional (comunidade) para uma sociedade moderna (sociedade).

O ponto relevante é a vontade que as pessoas têm em conhecer outras que partilhem dos mesmos interesses e é assim que —comunidades como o Bitando se comportam. Os desafios propostos pelo jogo Pokémon só permitem avanços através da construção da coletividade e desta maneira, os jogos eletrônicos são também relevantes como ambientes privilegiados para a sociabilidade contemporânea, reforçando aspectos da cibercultura como a criação de laços sociais, a reciprocidade e a colaboração.

Dentro dessa perspectiva, o trabalho aponta que a formação da identidade dos indivíduos é derivada das situações vivenciadas em contextos sociais e da capacidade de representação dessas experiências. O fato é que o jogo transforma-se em um modificador de processos e comportamentos sociais. Desta forma, o artigo propõe a necessidade de mudanças de atitudes no que diz respeito aos estudos dos games. Devem-se buscar os jogos como elementos mediadores que permitem a construção do conhecimento.

Ao observar o comportamento dos jogadores diante da atividade prática é possível perceber os jogos de simulações como ferramenta para a introdução dos conceitos de estratégia, servindo também para envolvê-los no processo e para melhorar a compreensão das relações sociais. O jogo, então, demonstra a sua possibilidade como mediador em vários processos como o de aprendizagem e o de interação.

Finalizamos esse trabalho informando da necessidade de continuação de estudos neste sentido, que tem como objetivo entender melhor o universo dos videogames de forma social, já que essa é uma indústria que mexe com sentimento e sentidos de milhões de pessoas.

Referências bibliográficas

BROUGÈRE, G. **A criança e a cultura lúdica**. Revista da Faculdade de Educação, v.24, n.02, São Paulo, 1998.



DOMINGUES, D. **Autor- Obra-Recepção no universo da representação visual dos videogames.** In: Simpósio brasileiro de Jogos e Entretenimentos Digitais, Belo Horizonte, 2008.

FALCÃO, T. **Estruturas de Agenciamento em Mundos Virtuais: Mundos Ficcionalis como Vetores para o Comportamento Social In-Game.** In: 19º Encontro Nacional da Compós, 2010, Rio de Janeiro. Anais do 19º Encontro Nacional da Compós. Rio de Janeiro : Editora Puc Rio, 2010. v. 1. p. 1-18.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura.** São Paulo: Perspectiva, 2001.

LEMOS, A. Aspectos da cibercultura. In: PRADO, José L. A. (Org). **Crítica das práticas midiáticas – da sociedade de massa às ciberculturas.** São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MARTIN- BARBERO, J., MUNOZ, S. (coords.). **Televisión y melodrama.** Bogotá: Tecer Mundo Ed., 1992.

MEDEIROS, S. **Wittgenstein e os jogos da Linguagem: um estudo introdutório.** Campinas: 2006. Disponível em: < <http://recantodasletras.uol.com.br/artigos/116539>> Acessado: 29 de setembro de 2010.

MENDES, C. **Narrar para outros, narrar para si: as narrativas dos jogos eletrônicos como estratégias de subjetivação.** In: 29 REUNIÃO ANUAL DA ANPED, 2006, Caxambu. Educação, cultura e conhecimento na contemporaneidade: Desafios e compromissos. Rio de Janeiro : ANPED, 2006.

NESTERIUK, S. **Breve Considerações Acerca do Videogame.** In: XXVIII Intercom, 2004, Porto Alegre. Trabalhos Apresentados - Sessão de Temas Livres, 2004.

OROZCO, G. G. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa.** México: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A.C. 1997, p. 113-123

SCHIMIDT, B. **Interação e Práticas Sociais.** Revista Comunicação & Educação, São Paulo, v. 10 n. 01, 2005

SOUSA, M. W. de. **Recepção e Comunicação: a busca do sujeito.** In: SOUSA, M. W. de. Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995