Social Games: entretenimento democrático na internet[1]

Cláudia Maria Arantes de Assis SAAR[2]
Jefferson Ferreira SAAR[3]
Universidade Federal do Amapá, Amapá, AP

RESUMO

Esse artigo apresenta os '*social games'* - jogos online disponibilizados pelas redes sociais - como mais uma forma colaborativa democrática presente na rede mundial de computadores. Aceitando a ideia que o direito pleno a igualdade e a democracia estejam no âmbito do imaginário, ainda assim, percebe-se nos '*social games'* uma grande proximidade dos ideais acima citados, pois permitem que os jogadores participem virtualmente com total liberdade de escolha e de forma gratuita sem a distinção de raça, classe social, credo dentre outros. Esse texto tem por base metodológica referências bibliográficas acerca da temática e informações retiradas de veículos de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: conteúdo colaborativo; internet; democracia; *social games*.

INTRODUÇÃO

Esse trabalho parte da premissa inicial que a rede mundial de computadores é um meio onde o exercício democrático pode ser posto em prática de uma forma mais ampla que os antigos meios existentes. Contudo, não pretendemos nesse estudo descartar o valor democrático e participativo dos veículos de comunicação já estabelecidos como o jornal, a revista, o rádio e a televisão. Porém, temos o intuito de enfatizar que na internet as pessoas têm uma maior liberdade de expressão, participação, opinião e construção do conhecimento que em outros meios de comunicação.

Os '*social games*' aparecem nesse novo cenário de evolução tecnológica, baseado na transmissão de dados via internet, como mais uma possibilidade de execução dos valores democráticos e participativos dentro das sociedades. Porém, antes de entramos no âmbito funcional dos '*social games*' temos que entender alguns conceitos-chave para a elaboração teórica de nosso estudo.

A priori se faz necessário entender os parâmetros que tangem a democracia. Segundo o dicionário Michaelis[4], a palavra democracia vem do grego – *demokratía* – e pode ser entendida como: "1 Governo

[1] Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Doutoranda do programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Mestre em Comunicação Social pela UMESP de São Paulo. Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC/MG. Professor assistente com dedicação exclusiva da Universidade Federal do Amapá no curso de Jornalismo. E-mail: claudiamaria@unifap.br

[3] Doutorando do programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Mestre em Comunicação Social pela UMESP de São Paulo. Graduado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Fundação Armando Alvares Penteado-FAAP. Professor assistente com dedicação exclusiva da Universidade Federal do Amapá no curso de Jornalismo. E-mail: projefferson@hotmail.com

do povo, sistema em que cada cidadão participa do governo; democratismo. 2 A influência do povo no governo de um Estado. 3 A política ou a doutrina democrática. 4 O povo, as classes populares". Como é possível perceber o termo está voltado para uma participação cidadã nos governos.

Para Wilson Gomes a democracia acontece no âmbito de duas esferas: a civil e a política. Segundo ele, a esfera civil está no coração de qualquer regime democrático, porém ela não governa, mas sim, autoriza que o regime funcione; já a esfera política tem poder de governo e está ligada a esfera civil apenas pela natureza eleitoral, ou seja, pelo voto (GOMES, 2005).

Tendo uma primeira compreensão do que vem a ser democracia, mesmo que de forma etimológica, será que a internet possibilita a todos os cidadãos o exercício democrático e participativo que a sociedade exige? Essa é uma dúvida constante, haja vista que por ser um novo meio de comunicação e estar em constante mutação, fica difícil mensurar sua representação democrática. Contudo, Wilson Gomes nos apresenta uma definição do que seria a chamada 'democracia digital' em seu texto 'Participação Política Online: Questões e Hipóteses de Trabalho':

> Entendo por democracia digital qualquer forma de emprego de dispositivos (computadores, celulares, smart phones, palmtops, ipads...), aplicativos (programas) e ferramentas (fóruns, sites, redes sociais, medias sociais...) de tecnologias digitais de comunicação para suplementar, reforçar ou corrigir aspectos das práticas políticas e sociais do Estado e dos cidadãos, em benefício do teor democrático da comunidade política (GOMES, 2011, p.27-28).

O autor também diz que em nosso país existe uma grande desigualdade no que tange a distribuição tecnológica:

> [...] Por enquanto, o que se vê em geral é que a distribuição desigual de competências técnicas, de recursos financeiros e de habilidades educacionais se transforma numa nova desigualdade de oportunidades políticas, que ao invés de resolver as desigualdades anteriores, torna-as ainda mais graves quando o crescente aumento das oportunidades digitais de participação política termina por ficar fora do alcance de uma parcela considerável da população (GOMES, 2005, p.71-72).

Todavia, Fábio B. Josgrilberg, já havia previsto isso em seu texto 'A opção radial pela comunicação na cidade, originalmente publicado no livro 'Cidadania e Redes Digitais' principalmente no que tange as desigualdades econômicas e de acesso à internet:

> Posto de outra forma, a liberdade de participação dos mais fracos no mundo online sempre será limitada se não vier acompanhada de igualdade, segurança e solidariedade. A suposta liberdade individual, tal como queria John Locke, pode não ser suficiente para relações mais fraternas e justas sem a igualdade Socioeconômica (JOSGRILBERG, 2010, p.165).

Com base nas definições de Gomes (2011) e Josgrilberg (2010) percebe-se claramente que em nosso país nem todos têm acesso aos dispositivos de transmissão de dados via internet, tampouco aos recursos tecnológicos existentes e uma das áreas que mais sofre com isso é a educação. Tal fato dificulta a

[4] Retirado de: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=demo cracia>. Acesso em: 26 mai.2012.

socialização das ideias e participação democrática de uma sociedade, porém, o crescimento do acesso à internet via celular tem sido vertiginoso no Brasil nos últimos três anos. Tal crescimento é ratificado pelo título da matéria postada no site Brasil Econômico[5], em 15 de fevereiro de 2012: "Número de celulares no Brasil chega a 245,2 milhões". Em resumo, já temos mais celulares em nosso país do que habitantes, tendo em vista que as operadoras de telefonia móvel estão disponibilizando planos mais baratos de acesso a internet via celular, o que nos leva a crer que muito em breve grande parte da população terá acesso à rede através de seus dispositivos móveis.

Entretanto, Hubertus Buchstein (1997), em seu texto '*Bytes* que mordem: A internet e a democracia deliberativa', propõem dois tipos de grupos frente à implantação da democracia digital, o primeiro grupo seriam os 'pessimistas', que temem que a digitalização da democracia estratifique ainda mais as diferenças sociais; já o segundo seriam os 'neutralistas', que seriam aqueles que acreditam que o acesso à internet aumentaria e, muito, a democratização social, assim como, a participação efetiva na chamada esfera pública.

Essas duas vertentes nos faz refletir que o acesso à internet não será o grande problema para o exercício da participação democrática do cidadão brasileiro, porém, outro ponto a ser destacado versa sobre o fato de saber se as pessoas, mesmo com acesso a internet, terão vontade de participar da construção democrática do país, ou seja: Será que o brasileiro já se encontra preparado para utilizar a internet como ferramenta de contribuição democrática-cidadã? Para a professora e pesquisadora Rousiley Celi M. Maia (2011, p.68-69) a internet não "promove automaticamente a participação política e nem sustenta a democracia; é preciso, antes, olhar tanto para as motivações dos sujeitos quanto para os usos que eles fazem dela, em contextos específicos".

Wilson Gomes segue a linha proposta por Rousiley Maia e diz que a internet abre grande espaço para o debate político, porém o poder político organizado tenta dificultar que a sociedade civil participe das discussões de interesse público. Segundo o pesquisador Wilson Gomes (2005, p.221) "apesar do fato de a internet prover espaço adicional para a discussão política, ela também é atingida pelas blindagens antipúblico do nosso sistema político, o que diminui consideravelmente a real dimensão e o real impacto da opinião pública tanto on-line quanto off-line".

Entretanto, André Lemos (2009) nos apresenta a ideia do novo sistema comunicacional, chamado por ele de 'pós-massivo'. Para o autor, os meios digitais mudaram a lógica da comunicação, agora os fluxos comunicacionais ocorrem de todos para todos (colaborativo) e, não mais, de um para todos como ocorria antigamente. André Lemos (2009, p.2) diz que no século XXI nasce um:

> [...] sistema infocomunicacional mais complexo, onde convivem formatos massivos e pós-massivos. Emerge aqui uma nova esfera conversacional em primeiro grau, diferente do sistema conversacional de segundo grau característico dos *mass media*.

[5] Retirado de: < http://www.brasileconomico.ig.com.br/noticias/numero-de-celulares-no-brasil-chega-a-2452milhoes_113201.html >. Acesso em: 26 mai.2012.

Dessa maneira a 'esfera conversacional', proposta por Lemos (2009), amplia o nível das discussões em países de regime democrático. Porém, o grande problema da prática democrática via internet não está no 'ter' acesso a esfera conversacional, mas sim, em que nível essas conversas se darão.

Complementando essa ideia, Raquel Gibson (2001), em seu texto 'Eleições online: Avaliando a votação pela internet na luz da democracia primária do Arizona', fala sobre a melhoria da vida democrática com a participação massiva via internet. Para a autora, a web possibilita que mais pessoas façam parte do processo democrático, ela diz também que isso é feito de forma multidirecional, ou seja, todos os envolvidos no processo conversam entre si. Para Raquel Gibson (2001, p.563):

> [...] dos modelos radicais de democracia direta a sistemas representativos mais delgados e transparentes, as propriedades interativas da internet poderiam levar a um novo nível de prestação de contas dos governantes e a um novo nível de diálogo público.

Ainda sobre essa temática Buchstein (1997) diz que o modelo participativo possibilitado pela internet reúne alguns dos requisitos básicos propostos pela teoria normativa de Habermas sobre uma esfera pública democrática, pois ela é:

> [...] um modo universal, anti-hierárquico, complexo e exigente. Porque oferece acesso universal, comunicação não-coercitiva, liberdade de expressão, agenda irrestrita, participação fora das tradicionais instituições políticas e porque gera opinião pública mediante processos de discussão (BUCHSTEIN, 1997, p.251).

Assim como Habermas nos apresentou a ideia de 'esfera pública', Bauman (1999) fala sobre o termo 'espaço público'.

> Os espaços públicos – ágoras e fóruns nas suas várias manifestações, lugares onde se estabelecem agendas, onde assuntos privados se tornam públicos, onde opiniões são formadas, testadas e confirmadas, onde se passam julgamentos e vereditos. (BAUMAN, 1999, p.31).

É nesse 'espaço público' que o debate democrático tende a ocorrer, a internet media essas discussões ampliando as conversas entre os pares, o que acaba por homogeneizar a discussão e facilitar as conclusões dentro dos grupos sociais.

No entanto, encontramos em David Scholosberg e Jonh S. Dryek (2002) uma preocupação que nos parece bem pertinente. Para os autores, existem dois desafios claros para a implantação da democracia digital. O primeiro é descobrir se há a possibilidade de congruência entre as reinvindicações feitas via internet por um grupo de pessoas com aquelas feitas por indivíduos isolados no processo; Já o segundo problema versa sobre a necessidade de ser um processo deliberativo, ou seja, há a necessidade que alguém delibere sobre as reinvindicações que são feitas online. É necessário que haja pelo menos um envolvido no processo que detenha o chamado poder legal, de lei, para que as vozes ganhem força, este pode ser um senador, deputado, vereador, em resumo, qualquer pessoa que possa deliberar politicamente.

Com essa duplicidade – sociedade civil e poder político – o uso da internet como instrumento democrático ganhará força e efetividade.

Nesse sentido, Fábio Josgriberg (2010) nos fala sobre o tempo que toda conquista democrática leva até que seja percebida pelo grande público, por isso, não devemos esperar que os movimentos democráticos online aconteçam no curto prazo. Esse processo pode levar anos, às vezes décadas até que suas conquistas sejam percebidas. Para Fábio Josgrilberg (2010, p.167) a política é:

> [...] Um processo histórico com as suas idas e vindas que também se dão no ambiente informal. Trata-se de um fenômeno da vida cotidiana prosaica e criativa que, por vezes, é imperceptível aos especialistas e profissionais da política. Nenhum regime ou estado de coisas cai por terra sem algum suporte da vida cotidiana, seja uma ditadura militar, a presidência de Fernando Collor ou a de George Bush. O informal é constituinte do formal.

Contudo, o conceito de 'esfera pública' – proposto por Habermas – está ainda mais em voga nos dias de hoje, pois com a chegada da internet ficou mais fácil o processo de comunicação em diversas camadas sociais. A 'esfera pública' só existe quando as pessoas envolvidas conseguem ampliar o diálogo, ou seja, quando envolvem mais e mais pessoas na discussão. Dentre os envolvidos no diálogo é muito importante a participação do poder público, pois este detém os caminhos legais para que as mudanças sociais possam ocorrer (HABERMAS, 1997). Habermas fala também da mídia como elemento agregador da esfera pública. Para ele a mídia possibilita a participação de pessoas fora do mesmo espaço e tempo de forma que elas possam interagir nas discussões de uma maneira mais unificada (HABERMAS, 1997).

Entretanto, o fato de mais pessoas participarem do debate político via internet não garante que o nível da discussão seja elevado, proveitoso e democrático. Muitos cidadãos apenas reforçam as vozes de outros, em alguns casos nem se dão conta do real motivo da discussão. Assim, o debate perde conteúdo e ganha volume, e como sabemos uma democracia consistente só amadurece com debate de qualidade.

A SOCIEDADE DOS *GAMES ONLINE*

Muitas crianças, adolescentes, jovens, adultos e até idosos passam algumas horas no ambiente virtual da internet. Os *games-online*, tão presentes na web atualmente, representam grande parte das horas diárias dessas pessoas.

Nesse sentido, algumas temáticas abordadas por Manuel Castells, McLuhan dentre outros estão presentes direta e/ou indiretamente em diversas abordagens sobre *games-online*. Dessa maneira podemos citar Vincent Mosco, no artigo intitulado 'Do mito do ciberespaço à economia digital', publicado no livro 'Comunicação, Economia e Poder', que diz que:

> Do ponto de vista mítico ou cultural, o ciberespaço pode ser encarado como o fim da história, da geografia e da política. Mas, do ponto de vista político econômico, o ciberespaço é o resultado do desenvolvimento mútuo da digitalização e da comercialização (MOSCO, 2006, p.81-82).

Assim, não é possível desconectar o lado comercial dos *games* do lado colaborativo entre os participantes ou jogadores. Contudo, o mundo virtual os *games-online* possuem algumas das características apresentadas por Pierre Lévy. Segundo ele, a colaboração entre os *gamers* – jogadores dos *games* via internet – é comum. Os *gamers* partilham diversos dados e arquivos entre eles, assim como discutem em diversos fóruns sobre a melhoria dos jogos e colaboram entre si na passagem de determinadas etapas dos jogos. Lévy diz também que a evolução da tecnologia da informática "constitui uma impressionante realização do objetivo marxista de apropriação dos meios de produção pelos próprios produtores (LÉVY, 1999, p.245)". Outro ponto abordado por Pierre Lévy (1999, p.201) diz que "a finalidade da inteligência coletiva é colocar os recursos das grandes coletividades a serviço das pessoas e dos pequenos grupos".

Sobre esse aspecto, esbarramos no que Manuel Castels chamou de 'Sociedade em Rede'. O filosofo espanhol Manuel Castells propôs tal termo e este vem sendo muito bem aceito nos últimos anos, devido principalmente à evolução da tecnologia de transmissão de dados via internet. A base prática dos '*social games'* é também a base da 'Sociedade em Rede', conceituada por Castells.

> A revolução da tecnologia da informação e a reestruturação do capitalismo introduziram uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede. Essa sociedade é caracterizada pela globalização das atividades econômicas decisivas do ponto de vista estratégico, por sua forma de organização em redes; pela flexibilidade e instabilidade do emprego e pela individualização da mão-de-obra. Por uma cultura de virtualidade real construída a partir de um sistema de mídia onipresente, interligado e altamente diversificado (CASTELLS, 2008, p.17).

Outro ponto abordado por Manuel Castells fala das comunidades virtuais na internet. Podemos considerar que os '*social games*' são na verdade grandes comunidades virtuais, visto que seus jogadores partilham de um interesse comum. Os *gamers* trocam e buscam informações, além de enviar dados sobre os jogos. Também marcam encontros temáticos dentre outras atividades em grupo que acabam por formar uma rede de interesse sobre o jogo. Para Castells (2005, p.57) as "novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade. A comunicação mediada por computadores gera uma gama enorme de comunidades virtuais".

O conceito de redes globais, citado por Castells, pode ter nascido da ideia de Marshall McLuhan que, muito antes da criação da internet, criou o conceito de 'aldeia global'. Durante muitos anos as ideias de McLuhan foram desprezadas pelas escolas de comunicação, porém, com o advento e desenvolvimento da rede mundial de computadores elas voltaram a ser discutidas. Vale dizer que o conceito de 'aldeia global', na contemporaneidade, é tido como algo profético, pois quando McLuhan o criou ele pensava apenas nas mídias vigentes da época, como a tv, o rádio, o telefone e os impressos. A 'aldeia global', proposta por McLuhan, pregava que o desenvolvimento tecnológico, tomando por base o telefone e a televisão, conectava as pessoas que estavam distantes umas das outras. Contudo, essa interconexão só era

possível através dos meios de comunicação. Para McLuhan isso transformaria o mundo em uma grande aldeia global (MCLUHAN, 1972). A 'aldeia global', termo criado por McLuhan, é tratada por David Harvey que diz que:

> Por vezes, o mundo parece encolher numa "aldeia global" de telecomunicações e numa 'espaçonave terra' de interdependências ecológicas e econômicas e, que os horizontes temporais se reduzem a um ponto em que só existe no presente (o mundo do esquizofrênico), temos de aprender a lidar com um avassalador sentido de compressão dos nossos mundos espacial e temporal (HARVEY, 1997, p.219).

Os '*social games*' transitam nas realidades apresentadas acima, são virtuais, pois tratam-se de programas de computadores que simulam a realidade; estão presentes na web como uma grande sociedade em rede, como fala Castells; fazem parte da aldeia global, visto que todos com acesso à internet e a um computador podem jogar; são colaborativos e ampliam a prática cidadã no sentido que uns podem auxiliar outros na questão da 'jogabilidade'– entenda-se o termo como os diferentes modos do jogo –; e por fim democráticos, pois não há distinção de gênero, raça, credo etc.

CONCEITUANDO *GAMES*

Poucos são os autores que escrevem sobre o conceito de jogos. Encontramos em Johan Huizinga algumas definições para o termo e para a área em questão. Porém, antes de entramos nas ideias propostas pelo autor, vale apresentar o conceito de sociedade, visto que os *games online* são jogados por grupos específicos da sociedade. Nesse sentido, Simmel (1983, p.169) define sociedade dizendo que:

> [...] Sociedade é o estar com um outro, para um outro, contra um outro que, através do veículo dos impulsos ou dos propósitos, forma e desenvolve os conteúdos e os interesses materiais ou individuais. As formas nas quais resulta esse processo ganham vida própria. São liberadas de todos os laços com os conteúdos; existem por si mesmas e pelo fascínio que difundem pela própria liberação destes laços. É isso precisamente o fenômeno a que chamamos sociabilidade.

Nesse sentido, a correlação entre sociedade e jogos se dá, segundo Huizinga (2001), ao analisarmos que jogos são atividades exercidas pelas pessoas de forma livre, voluntária, feitas em tempo e espaço determinado e com regras aceitas entre os jogadores. O autor destaca ainda que os jogos têm sempre um sentimento de tensão e alegria entre os participantes, estes dão aos jogadores um sentimento de diferenciação da vida real. Ainda segundo Huizinga (2001) encontramos um referencial sobre competititividade. Segundo o autor, a competição:

> [...] Não se estabelece apenas 'por' alguma coisa, mas também 'em' e 'com' alguma coisa. Os homens entram em competição para serem os primeiros 'em' força ou destreza, em conhecimentos ou riqueza, em esplendor, generosidade, ascendência nobre, ou no número de sua progenitora. Competem 'com' a força do corpo ou das armas, com a razão ou com os punhos, defrontando-se uns aos outros com demonstrações extravagantes, com palavras, fanfarronadas, insultos, e finalmente também com astúcia (HUIZINGA, 2001, p.41).

Vivemos em sociedades competitivas, nos *games* essa característica social também está presente. Ser o melhor, o mais admirado, o vencedor é o grande objetivo de qualquer jogador. Contudo, a projeção dos campeões fica, muitas vezes, no âmbito do virtual. Huizinga (2001) fala de duas características fundamentais presentes nos jogos. A primeira: versa sobre a liberdade que o jogador possui durante o jogo; A segunda: o jogo é uma representação da realidade (HUIZINGA, 2001).

As regras dos jogos também devem ser levadas em consideração, pois sem elas não há como estabelecer um vencedor e, por conseguinte, não existe o jogo propriamente dito. Huizinga também nos apresenta um conceito para as regras nos jogos: Segundo Huizinga (2001, p.14-15):

> São estas que determinam aquilo que 'vale' dentro do mundo temporário por ele circunscrito. As regras de todos os jogos são absolutas e não permitem discussão. Uma vez, de passagem, Paul Valéry exprimiu uma idéia das mais importantes: 'No que diz respeito às regras de um jogo, nenhum ceticismo é possível, pois o princípio no qual elas assentam é uma verdade apresentada como inabalável'. E não há dúvida de que a desobediência às regras implica a derrocada do mundo do jogo. O jogo acaba: O apito do árbitro quebra o feitiço e a vida 'real' recomeça.

O autor diz também que aqueles jogadores que tendem a burlar, a desrespeitar as regras estabelecidas pelo grupo são os chamados "desmancha-prazeres", outro ponto importante abordado por ele diz que as comunidades organizadas para a prática de jogos tendem a se tornar permanentes, duradouras (HUIZINGA, 2001).

Existe uma clara tendência de crescimento comercial no mundo dos *games*, atualmente a indústria dos jogos já está se equiparando a do cinema, porém este ainda é um termo pouco estudado pelas escolas de comunicação. Acreditamos que muito em breve diversos estudos irão brotar nessa área, pois seu crescimento será tamanho que evitá-lo não será mais possível. Gustavo Cardoso nos fala do crescimento da indústria dos *games*:

> [...] Propõe-se que além de olharmos os jogos multimídia como meio de comunicação, devemos igualmente questionar se as atuais tendências de concentração, convergência e atuação em rede não tenderão a elevar a indústria cultural dos jogos multimídia, em médio prazo, ao segundo pilar do entretenimento em conjunto com a televisão e ultrapassando o cinema (CARDOSO, 2007, p.152).

Contudo, Lúcia Santaella cita em um de seus textos a importância do crescimento do mundo dos *games* e como isso vem influenciando a cultura vigente desde o início do terceiro milênio. A autora coloca a indústria dos *games* como a primeira na área do entretenimento. Assim, Santaella (2007, p.407) diz que:

> 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.

Talvez uma das explicações possíveis para o crescimento da indústria dos *games* possa estar nas palavras Will Wright citado por Jenkins no livro 'Cultura da Convergência'.

> [...] 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, 2009, p.221-222).

Nesse tópico constatamos dois postos-chave; primeiro: a indústria dos *games* cresce vertiginosamente e, muito disso, se deve a colaboração dos jogadores. Há uma grande interação entre empresa e usuário e, por isso, podemos acreditar que a tendência de crescimento se mantenha por muitos anos, mesmo em épocas de crises financeiras mundiais, como as de agora. Segundo: todo jogo deve ter participação em grupo; necessidade de regras estabelecidas; liberdade de escolha dos jogadores ao elegerem seu jogo; prática em tempo e espaço determinado; competição e respeito às regras.

OS *GAMES ONLINE* SÃO INTERATIVOS?

A pergunta do título acima – Os *games online* são interativos? – poderia ser respondida de forma positiva e simplista, porém o conceito de interativo e/ou interatividade é um tanto quanto complexo. É perceptível que muitos *games* carregam em sua estrutura tal característica de interatividade. Sobre esse termo, Henry Jenkins, em 'A cultura de convergência', publicado em 2009, nos fala que:

> A interatividade refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao *feedback* do consumidor. Pode-se imaginar os diferentes graus de interatividade possibilitados por diferentes tecnologias de comunicação, desde a televisão, que nos permite mudar de canal, até videogames, que podem permitir aos usuários interferir no universo representado (JENKINS, 2009, p.182).

Todavia, não é difícil constatar que quase todos os lançamentos vêm com códigos para que o comprador entre na web e dê sua contribuição aos desenvolvedores e/ou colegas de *game*. Essa contribuição nada mais é que a aplicação prática do conceito de *feedback*, citado por Jenkins. Atualmente, os jogadores tendem a participar não apenas do *game* enquanto estão conectados, mas sim, de toda a vida comercial do mesmo, assim, não é incomum encontrar nos fóruns virtuais dos *games* mais e melhores informações do que a própria fabricante do jogo disponibilizou.

Entretanto, Lúcia Santaella nos fala de um conceito de interação voltado para o lado cultural, que o difere do conceito de Jenkins, porém nos parece pertinente à medida que entender a interação cultural também é importante para essa análise. Segundo Santaella (1999, p.31) com a proliferação das mídias:

> [...] Aumenta a movimentação e interação ininterrupta das mais diversas formas de cultura, dinamizando as relações entre diferenciadas espécies de produção cultural. A multiplicação das mídias tende a acelerar a dinâmica dos intercâmbios entre as formas eruditas e populares, eruditas e de massa, populares e de massa, tradicionais e modernas, etc (SANTAELLA, 1999, p.31).

Pierre Lévy fala que a interação que temos com as coisas desenvolvem nossas competências, "por meio de nossas relações com os signos e com a informação adquirimos conhecimentos. Em relação com

os outros, mediante iniciação e transmissão, fazemos viver o saber (LEVY, 1998, p.27)". Interpretando as palavras de Lévy, pode-se crer que a interação entre as pessoas seja a grande geradora do conhecimento.

Entretanto, Marco Silva destaca que o termo interatividade vem sendo utilizado muitas vezes fora de contexto e, por tal, tem se tornado amplo demais e sem sentido. O autor ainda contesta se o termo algum dia teve precisão de sentido. "O termo virou marketing de si mesmo. Vende mídias, vende notícias, vende tecnologias, vende shows e muito mais. É a chamada 'indústria da interatividade' (SILVA, 1995, p.1)".

No entanto, alguns autores como Alex Primo (2007), Eugênio Bucci (2001), Arlindo Machado (1996), embora com olhares diferenciados, tratam sobre 'interação' e 'interatividade'. Assim, é possível compreender que a interação estaria no campo das relações humanas; já a interatividade seria a relação interpessoal mediada pelas tecnologias. Nessa linha, Silva (1995, p.3) diz que

> A interatividade está na disposição ou predisposição para mais interação, para uma hiper-interação, para bidirecionalidade – fusão emissão-recepção – para participação e intervenção. Digo isso porque um indivíduo pode se predispor a uma relação hipertextual com outro indivíduo.

Enfim, os *games online* são interativos? Sim, podemos dizer que os *games* têm grande interatividade entre os jogadores, visto que interatividade melhor se aplica as relações mediadas pelas máquinas.

SOCIAL GAMES NA PRÁTICA

Atualmente, as redes sociais brasileiras estão sendo invadidas por *games* de todos os tipos, estes são os chamados '*social games*'. O nome, que deriva do inglês, se deve a práticas desses *games* que acontece nas redes sociais como *Orkut*, *Facebook* e *Twitter*. Uma das formas de jogar os '*social games*' é através dos convites, enviados por seus contatos nas redes sociais, outra forma é você mesmo buscar o *game* na rede social e entrar para jogar.

Em geral, os jogos sociais são fáceis de jogar e suas interfaces gráficas bem simples, porém a jogabilidade é sempre muito cativante, isso acaba por prender a atenção dos jogadores por muitas horas. Outro ponto importante se dá pela interação em rede, os praticantes dos *'social games'* podem trocar informações e atributos do *game* de forma instantânea e, em alguns casos, até *off-line*.

Essa inovadora forma de jogar, com pessoas que não estão *online*, é mais uma ferramenta de sucesso dos *'social games'*, ou seja, você interage com seus colegas que não estão jogando em um dado momento, quando estes entram no jogo veem seus pedidos de interação. Vale destacar também, que nesses jogos as pessoas acabam se conhecendo e isso faz com que muitas acabem por fazer amizades nos *games*. Essas amizades têm um grande laço de afinidade, as preferencias pelos jogos. Talvez, as características acima citadas exprimam alguns dos motivos do sucesso dos '*social games'*, visto que em

qualidade gráfica eles não chegam nem perto a dos melhores e mais modernos videogames existentes no momento.

Os jogos sociais estão mudando a lógica do mercado de *games* pelo mundo. Até bem pouco tempo atrás, as empresas desenvolvedoras de jogos tinham interesses focados nas plataformas físicas, ou seja, nos videogames. Isso está mudando e os jogos em rede, principalmente os presentes nas redes sociais, parecem ser o foco principal das empresas. Tal fato é confirmado pela matéria postada no portal de notícias empresariais HSM, em 12 de fevereiro de 2012. Segundo o portal, os jogos em rede existem há pouco tempo:

> [...] Comparada aos mais de 30 anos de existência de consoles de videogames e hoje alcança a representatividade de um terço do mercado de games total, os jogos onlines vêm cada vez mais conquistando a maior fatia do bolo. Foram mais de 20 bilhões de dólares de faturamento em 2010 em jogos que, de uma maneira ou de outra, tem como principal plataforma os meios online[6].

É interessante perceber que esse setor do mercado dos *games* avançou mais rápido que os consoles físicos, vale destacar que o videogame *Playstation* lançou a terceira geração e milhões de dólares são investidos anualmente em pesquisa pela SONY, visando melhorias tecnológicas para o mesmo. Estariam os videogames caseiro, *off-line*, com os dias contados? Não podemos fazer ainda tal afirmação, mas vale lançarmos tal questionamento e aguardar o andamento dos fatos.

Segundo o portal de notícias *TAFNER`S NEWS*, o crescimento dos '*social games'* vêm acontecendo "principalmente porque os usuários seguem num movimento forte de migração para as redes sociais, onde passam um tempo significante interagindo com seus amigos e buscando formas de interação, tornando as redes sociais um cenário propício ao desenvolvimento desse mercado[7]".

A Rede Social *Facebook* divulgou em 2011 uma lista com os dez *games* mais jogados em seu site. O jogo *Gardens of time*, da desenvolvedora *Playdom* é o líder absoluto; seguido pelo jogo *The Sims Social*, da poderosa empresa *Eletronic Arts*; já a surpresa negativa ficou por conta do terceiro lugardo, o game *Cityville*, da empresa *Zynga*, pois este jogo era o que tinha recebido o maior número de recomendações até então no site[8].

Um dos jogos sociais para *Facebook* que mais tem feito sucesso no Brasil é o *The Sim Social*. O jogo simula a vida real de uma pessoa, nele o jogador cria seu personagem e passar a vivenciar situações da vida real dentro do *game* como fazer amigos, construir sua casa, casar, estudar, ter filhos, ir a festas etc. Porém, em relação à jogabilidade tudo é muito simples, o jogador tem apenas que clicar em itens presentes no jogo, e esperar certo tempo para conseguir outros. Ainda assim, ele têm se tornado um dos

[6] Retirado de: <http://www.hsm.com.br/editorias/digital/social-games-nova-plataforma-de-entretenimento>. Acesso em: 30 mai.2012.

[7] Retirado de: <http://www.tafner.com.br/?p=248>. Acesso em: 30 mai.2012.

[8] Pesquisado em: <http://tudosobremarketingdigital.wordpress.com/2011/12/26/voce-e-fa-dos-social-games-do-facebook-veja-quais-sao-os-10-melhores-games-do-ano>. Acesso em: 30 mai. 2012.

games mais acessados do *Facebook*, provavelmente pela possibilidade de conhecer pessoas e de fazer amigos. A título de curiosidade o game *The Sims Social* teve em 2012 por volta 27 milhões de jogadores e 7,5 deles entram no *game* todos os dias[9].

O mundo empresarial também já descobriu o poder dos jogos sociais, algumas empresas estão investindo nas redes sociais a fim de conseguirem mais proximidade com seus diversos públicos, mas o alvo principal tem sido o público jovem, visto que estes têm mais tempo disponível para jogar e acessar a internet. O *FarmVille* – jogo social em que o usuário administra uma fazenda – inseriu recentemente uma famosa marca de produtos orgânicos agrícolas no *game*. A *Cascadiam Farm*, subsidiária do grupo *General Mills*, colocou no jogo *FarmVille* um aplicativo onde o jogador aprender a cultivar produtos orgânicos. Os executivos da empresa esperam expandir as vendas, assim como, ampliar a divulgação da marca na mente do jogador do *FarmVille*[10].

Já o *FarmVille* é explicado em matéria escrita por Rafael Kenski, no site Super Abril, em 29 de julho de 2010. Segundo Rafael Kenski o *game* tinha "[...] mais de 211 milhões de jogadores por mês – o *Farmville* convida as pessoas a criar sua própria fazenda. Além de vender bens virtuais para enriquecer o minifúndio dos jogadores[11]".

Os '*social games*' acabam por ser um meio mais fácil e agradável de conhecer pessoas nas redes sociais, através deles você não precisa mais chegar diretamente a um desconhecido e dizer – Olá, quer ser meu amigo? – basta jogá-los e, naturalmente, fará mais amigos. Talvez esse seja o segredo do grande sucesso dos '*social games*'.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebemos nesse estudo, que os *games* inseridos em redes sociais – '*social games*' – nada mais são que ferramentas para facilitar a interação entre as pessoas; sua principal função é fazer com que os jogadores – '*gamers*' – possam, através do jogo, conhecer mais e mais pessoas. As antigas formas de abordagem entre desconhecidos nas redes sociais estão sendo sutilmente substituídas por outras, menos diretas. Assim, o 'jogo social' cumpre sua principal função que é facilitar a aproximação das pessoas nas redes sociais.

Outro ponto abordado por essa pesquisa versou sobre a democracia colaborativa nos '*social games*'. O que foi constatado é que nesse tipo de jogo, há sim, um processo colaborativo que podemos chamar de

[9] Pesquisado em: <http://www.modelomental.com.br/ux/social-games-entendendo-o-jogo-e-questionando-o-social>. Acesso em: 30 mai. 2012.

[10] Pesquisado em: <http://www.nytimes.com/2010/07/15/business/media/15adco.html?_r=3&nl=technology&emc=tech updateema3>. Acesso em: 30 mai. 2012.

[11] Retirado de: <http://super.abril.com.br/blogs/tendencias/jogos-sociais-viram-negocios-gigantescos>. Acesso em: 30 mai.2012.

democrático entre os jogadores, pois os '*gamers*' tendem a colaborar uns com os outros, facilitando a informação entre todos de forma livre e democrática. Existem diversos fóruns de colaboração na web, onde são encontrados praticamente todos os tipos de informação sobre os jogos. Não há distinção entre os públicos nos '*social games*', há sim, uma participação efetiva entre todos os participantes dos jogos. O fato de os 'jogos sociais' serem gratuitos, também deve ser lembrado nesse momento. Pudemos constatar também que o investimento nesse novo setor de mercado – *games* gratuitos via rede social – está em franco crescimento e isso está mudando a lógica das empresas desenvolvedoras de *games* que, até então, focavam seus esforços comerciais no desenvolvimento tecnológico dos videogames caseiros (*off-line*).

A ideia de interatividade nos '*social games*' também foi debatida em nossa pesquisa, pode-se perceber que os 'jogos sociais' são sim interativos. Pois, seus jogadores mantém com a empresa desenvolvedora e com seus companheiros de jogo um diálogo constante, pondo em prática o conceito de *feedback*, ou seja, há sempre um retorno informacional entre os envolvidos nos jogos.

Abordamos também, mesmo que de forma introdutória, os conceitos de democracia digital e/ou na web. Notamos que o grande problema do exercício da democracia via internet não está no acesso aos meios, visto que o acesso internet via dispositivos móveis, em um futuro muito próximo, já será uma realidade a praticamente toda a sociedade brasileira. O grande problema da prática democrática digital está sim em como as pessoas irão e/ou estão fazendo suas reivindicações via web. Um exemplo claro pode ser visto nas inúmeras listas de abaixo assinado que correm a web. Apenas assiná-las, sem ter noção do conteúdo das mesmas, não pode ser considerado uma efetiva prática democrática. Portanto, o problema da democracia digital está em como as pessoas farão suas reinvindicações e não se terão acesso aos meios.

REFERÊNCIAS:

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as conseqüências humanas.** Rio de janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

BRASIL ECONÓMICO. **Número de celulares no Brasil chega a 245,2 milhões.** São Paulo, 15 fev. 2012. Disponível em: <http://www.brasileconomico.ig.com.br/noticias/numero-de-celulares-no-brasil-chega-a-2452-milhoes_113201.html >. Último acesso em: 26 mai. 2012.

BUCCI, Eugênio. **O tolo interativo.** Folha de São Paulo, São Paulo, 21 out. 2001. tvfolha, p. 2.

BUCHSTEIN, Hubertus. **Bytes that bite: the internet and deliberative democracy.** In: Constellations, v. 4, n. 2, 1997, p. 248-263.

CARDOSO, Gustavo**. A Mídia na Sociedade em Rede: filtros, vitrines, notícias**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede.** v.1. 8.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

CASTELLS, Manuel. **O poder da Identidade.** v.2. 8.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna.** São Paulo: Loyola, 1993.

DICIONÁRIO MCHAELIS. **Conceito da palavra democracia.** São Paulo, 26 mai. 2012. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=democracia>. Último acesso em: 26 mai. 2012.

GIBSON, Raquel. **Elections Online: Assessing Internet Voting in Light of the Arizona Democratic Primary.** Political Science Quarterly, n.4, v.116, p. 561-583. New York, 2001.

GOMES, Wilson. **Internet e participação política em sociedades democráticas.** Revista Famecos, n. 27, p. 58-78. Porto Alegre, 2005.

GOMES, Wilson. **Participação política online: Questões e hipóteses de trabalho.** In: MAIA; GOMES; MARQUES. Internet e Participação Política no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2011, p.19-45.

GOMES, Wilson. **A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política.** Revista Fronteiras, v.7, n. 3, p. 214- 222. Porto Alegre, 2005.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e Democracia: entre facticidade e validade II.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

HSM. **Social Games: a nova plataforma de entretenimento.** São Paulo, 11 fev. 2011. Disponível em: < http://www.hsm.com.br/editorias/digital/social-games-nova-plataforma-de-entretenimento >. Último acesso em: 30 mai. 2012.

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

JENKINS, Henry. **A Cultura da Convergência**. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JOSGRILBERG, Fábio. **A opção radical pela comunicação na cidade.** In: DA SILVEIRA, Sergio Amadeu. Cidadania e Redes Digitais. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil: Maracá – Educação e Tecnologias, 2010, p.156-177.

KENSKI, Rafael. **Jogos sociais viram negócios gigantescos.** Super Abril (site), Blogs, São Paulo, 29 jul. 2010. Disponível em: < http://super.abril.com.br/blogs/tendencias/jogos-sociais-viram-negocios-gigantescos >. Último acesso em: 30 mai. 2012.

LEMOS, André. **Nova esfera Conversacional.** In: KÜNSCH; DA SILVEIRA; MARQUES et al. Esfera pública, redes e jornalismo. Rio de Janeiro: Editora E-Papers, 2009, p. 9 – 30.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** 2.ed. Rio de Janeiro: 34 Editora,1999.

MAIA, Rousiley. **Internet e esfera civil:** limites e alcances da participação política**.** In: MAIA; GOMES; MARQUES. (Org.). Internet e Participação Política no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2011, p.47-91.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e Imaginário**: O desafio das Poéticas Tecnológicas. São Paulo: S.P. Editora da USP. 2a Ed., 1996.

MCLUHAN, Marshall. **A Galáxia de Gutenberg. A formação do homem tipográfico.** Tradução: Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972.

MODELO MENTAL. **Social Games: entendendo o "jogo" e questionando o "social".** São Paulo, 30 mai. 2012. Disponível em: < http://www.modelomental.com.br/ux/social-games-entendendo-o-jogo-e-questionando-o-social>. Último acesso em: 30 mai. 2012.

MOSCO, Vincent. **Do mito do ciberespaço à economia política da comunicação digital.** In: SOUSA, Helena (Org.). Comunicação, Economia e Poder. Porto: Porto Editora, 2006, p.79-102.

OLSON, Elizabeth. **For FarmVille Players, a Crop From a Real Organic Farm.** New York Times (site), Media & Advertising, New York-NY, 14 jul. 2010. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2010/07/15/business/media/15adco.html?_r=3&nl=technology&emc=techupdateema3 >. Último acesso em: 30 mai. 2012.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SANTAELLA. Lúcia. **Cultura das Mídias**. São Paulo: Experimento, 1992.

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

SCHOLOSBERG, David; DRYZEK, John S. **Digital democracy: authentic or virtual?** In: Organization & Environmen, v.15, n.3, 2002, p.332-335.

SILVA, Marco. **Interatividade: uma mudança fundamental do esquema clássico da comunicação.** São Paulo, 2000. Disponível em: < http://www.senac.br/INFORMATIVO/B TS/263/boltec263c.htm >. Último acesso em: 29 mai. 2012.

SIMMEL, Georg. **Sociabilidade – um exemplo de sociologia pura ou formal.** In: SIMMEL, Georg. Sociologia. Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 1983, p.165-181.

TAFNER`S NEWS. **O que são Social Games?** São Paulo, 12 set. 2010. Disponível em: < http://www.tafner.com.br/?p=248 >. Último acesso em: 30 mai. 2012.

TUDO SOBRE MARKETING DIGITAL. **Você é fã dos social games do Facebook? Veja quais são os 10 melhores games do ano.** São Paulo, 26 dez. 2011. Disponível em: < http://tudosobremarketingdigital.wordpress.com/2011/12/26/voce-e-fa-dos-social-games-do-facebook-veja-quais-sao-os-10-melhores-games-do-ano >. Último acesso em: 30 mai. 2012.