

GAMIFICAÇÃO DO COMUM: O JOGO DIGITAL ENQUANTO REALIDADE SOCIO-CULTURAL E DISPOSITIVO MEDIADOR INFO-COMUNICACIONAL¹

Emails:
costa.ddiego@gmail.com
ricardo.pimenta@gmail.com

Diego Costa², Ricardo Medeiros Pimenta³

Resumo

Este trabalho preliminar compõe as primeiras atividades que dão início à pesquisa de dissertação pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT/UFRJ). Como tal, procura-se como objetivo principal investigar os jogos digitais como dispositivos tecnológicos mediadores informacionais, uma tecnologia da informação e comunicação. De caráter teórico exploratório, apresenta-se neste artigo a delimitação do objeto, os objetivos e o embasamento teórico-conceitual preliminar. Como resultados primários identificou-se a capacidade informacional dos jogos digitais a partir de um estudo de caso do jogo *Super Impeachment Rampage*, o qual demonstrou ser capaz de apresentar memórias coletivas em sua proposta lúdica. As considerações preliminares demonstram que jogos digitais podem ser exímios objetos de mediação informacional uma vez que representam aspectos da realidade.

Palavras-chave: Jogos digitais. Tecnologia da informação e comunicação. Mediação.

Abstract

This preliminary work composes the first activities that start the dissertation by the Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT/UFRJ). Its main objective is to investigate digital games as technological devices and informational mediators, an information communication technology. As an exploratory theoretical study, it presents the object's delimitation, objectives and the preliminary theoretical-conceptual basement. As primary results, it points out the informational capacity of digital games through a case study of the digital game *Super Impeachment Rampage*, which it was shown the game possibility on being detent of collective memories in its ludic proposal. The preliminary considerations demonstrated that digital games can be excellent objects of information mediation since they represent aspects of reality.

Keywords: Digital games. Information and Communication Technology. Mediation.

¹ Pesquisa em andamento no Mestrado do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT/UFRJ).

² Mestrando pelo programa mencionado acima e bibliotecário atuante. É membro dos grupos de pesquisa Informação, Memória e Sociedade do IBICT, e Wiki GLAM, ligado à Wikimedia Foundation.

³ Doutor em Memória Social pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil. Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Pesquisador Adjunto do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, Brasil e líder do Grupo de Pesquisa Informação, Memória e Sociedade, registrado no diretório do CNPq.

A prática social do jogo é tão antiga quanto tantas outras formas de interação social. Com efeito, o jogo é parte da própria história das civilizações, afirma Chatfield (2010, p. 1). Exemplo disso pode ser averiguado no Egito antigo com o “Senet”, um jogo de tabuleiro com peças para dois adversários, praticado pelos egípcios há 3500 anos antes de Cristo (Egenfeldt-Nielsen apud BARWICK, 2010, p. 26). Presentes há razoavelmente tanto tempo quanto tantas outras práticas culturais e sociais, é fato que as formas de jogar tenham se aperfeiçoado e complexificado junto com a sociedade que a emprega. O jogo é expressão de enraizamento social uma vez que existe e é reconhecido dentro do sistema de designações humanas (HENRIOT, 1989). Das disputas físicas da antiguidade onde a vida se punha em xeque, passando por jogos mais aristocráticos como as cartas, às formas de se construir “segundas” formas de vida pela mediação tecnológica eletrônica digital, o jogo é expressão sociocultural cada vez mais importante no tocante à compreensão da cultura humana do século XXI. Não obstante, a informação “joga” também um papel importante nesse aspecto. Dito isso, cabe salientar que esta pesquisa se limitará a analisar aqueles jogos ambientados em forma digital⁴.

Buckland, ao identificar a informação como coisa e como evidencia (1991) nos convida a refletir, aqui no que se propõe este artigo, sobre o estado de coisa do jogo eletrônico, sua materialidade; juntamente com a condição de evidência contida em seu conteúdo, imagens, símbolos e linguagens capazes de expressar não somente informação, como conhecimento aqueles que partilham de mesma cultura lúdica.

Tendo em vista que jogos digitais pertencem a um tipo de mídia relativamente nova, com pouco mais de cinquenta anos⁵, é curioso perceber como se transformaram em algo para além do que apenas um conjunto de regras e amontoados de *pixels* que procuram fazer com que um pequeno ponto se movimente de um lado a outro da tela. Com efeito, a tecnologia digital redefiniu as fronteiras entre o real e virtual. Agiu como o simulacro Baudrillardiano de maneira a redesenhar o mapa do real bem com suas “tintas” sociais, culturais, políticas. No que diz respeito ao imaginário, parte disso pode ser evidenciado quando nos deparamos com essa atividade lúdica capaz de oferecer um mundo totalmente novo ao usuário (jogador), ao mesmo tempo em que o convida a interagir neste mesmo mundo. Devido ao seu rápido desenvolvimento tecnológico e sua capacidade de imersão, hoje, são responsáveis por contribuir com o estabelecimento de novas relações sociais.

Ampliando o seu espaço no século XXI, além de consoles e PCs, jogos digitais podem ser encontrados também em *smartphones*, *tablets* e até televisores ditas *smart* (sem necessidade de uso de uma plataforma), conferindo-lhes um local de destaque não só no âmbito social, mas também econômico.

O mercado de games movimenta bilhões por ano segundo o Newzoo, portal de inteligência em marketing. Só em 2016, o lucro global chegou a cerca de 99,6 bilhões de dólares. Dentro deste cenário, em um rank de escala 100, a China lidera os mercados consumidores de jogos digitais, apresentando um mercado de 24.271.294,00 bilhões, seguida dos Estados Unidos (23.459.093,00);

⁴ Até fim da dissertação, deixaremos clara a adoção termo “jogo digital” em vez de “videogame”.

⁵ *Tennis for Two* foi desenvolvido em 1958, se tomarmos por ele como sendo o primeiro jogo da história dos videogames.

O Brasil ocupa a posição 13 (1.234.919,00 bilhões). Estima-se ainda que em 2018 esses números vão ultrapassar a marca de 112,5 bilhões no mundo todo (NEWZOO, 2016).

Além de uma presença significativa no âmbito econômico, jogos digitais também estão atrelados ao conhecimento. O alto investimento aplicado em tecnologia, que a cada ano oferece melhores interatividades e formas de jogar, abre espaço para investimento nas mais distintas áreas, além de refletir no âmbito cultural. Em 2016, no Brasil, presenciemos a Ancine lançar o seu primeiro edital para o desenvolvimento de jogos, com um investimento de 10 milhões de reais (ANCINE, 2016).

Da mesma maneira, a relação dos jogos digitais com a sociedade promove hábitos, comportamentos e valores culturais. Logo, não seria estranho que estudos sobre a sua influência no mundo prático fossem desenvolvidos. É claro que, quando se pensa nesse quesito, logo vem à mente aqueles casos de pesquisas sobre os efeitos negativos que podem acometer usuários, como o desenvolvimento de comportamentos agressivos (ver CARNAGEY; ANDERSON; BUSHMAN, 2007) ou vícios relacionados aos jogos (HULL; WILLIAMNS; GRIFFITHS, 2013). Porém, há os estudos que procuram deixar de lado este estigma negativo, evidenciando os aspectos positivos.

Segundo Mitchell e Savill-Smith (2004), jogos digitais são exímios potencializadores no que diz respeito ao aprimoramento do aprendizado devido às suas capacidades lógicas, de prazer e motivação; no campo cultural, Ribeiro e Falcão (2009) reconhecem seus significativos aspectos culturais por meio da construção de identidades no cenário digital; e Barwick (2010) trabalha essa ideia procurando conservar tal característica social a partir da defesa da importância de sua preservação.

Estudos como os citados englobam o que hoje pode ser chamado de *game studies*, uma grande área que busca entender o papel dos jogos em seus mais variados suportes (de tabuleiros, esportes, digitais etc.) nas sociedades. Teixeira (2007) afirma que esse campo - ou estudos ludológicos como também chama em seu artigo - engloba diversas abordagens dos campos do conhecimento; porém, acredita que algumas delas mostram-se mais centrais do que outras, como a Filosófica, a Histórica, Cultural, Ciências da comunicação, Sociológica e a Psicológica.

Com tantas disciplinas investigando a atuação de jogos digitais na forma como somos, como interagimos ou como aprendemos, acredita-se que a Ciência da Informação também poderia encontrar no jogo digital um objeto com riquíssimas contribuições pelas quais poderia enveredar uma vez que consideremos o próprio jogo uma plataforma, um meio, pelo qual informação enquanto coisa, processo e evidência, materializam potencialmente práticas do ordinário lazer à educação continuada curricular e extracurricular e até mesmo contribui para a formação técnica ou para a conscientização popular, no caso dos *serious games*.

Dito isso, sabe-se que a informação pode apresentar inúmeras características, agentes, processos ou formas, deixando a ideia clássica de ser apenas aquela registrada em suportes. A própria oralidade é informação, bem como a arte ou tudo aquilo pelo qual se procura suprir um desejo ou "necessidade informacional" (BUCKLAND, 2001). Uma vez que a Ciência da Informação se propõe a estudar essas naturezas que caracterizam o que hoje é informação, bem como sua relação com o mundo, importa também como esse objeto tem se comportado diante do universo que envolve os jogos digitais e seus usuários.

2 O JOGO DIGITAL E A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO: PRIMEIRAS CONSIDERAÇÕES

Diante da Sociedade da Informação, e do grau de complexidade que os jogos digitais atingiram, jogar deixou de ser apenas tomar o controle do joystick e encarar os desafios que o jogo oferece. Muito mais do que isso, em determinadas situações, é necessário buscar suportes e até mesmo realizar pesquisas para progredir dentro do cenário apresentado. No mundo globalizado, esse aspecto pode ser observado, por exemplo, em de fóruns de internet (como o *IGN Brasil*) que auxiliam jogadores a trocarem experiências; ou na busca por informações em plataformas de vídeos (como o *Youtube*). Tais interações criam perfis, *avatares*, que buscam as respostas para seus problemas e sugerem um aspecto que acaba recaindo sobre o conceito de “competência em informação” (HATSCHBACH; OLINTO, 2008; BEZERRA, 2015) por parte da interação desses usuários. Concomitantemente, eles almejam, desenvolvem e constroem identidades, e buscam o seu reconhecimento social dentro ou fora da plataforma.

Pensando por esse viés então, em um mundo globalizado e hiperconectado, seria possível pensar o jogo digital como uma tecnologia da informação e comunicação enquanto dispositivo mediador sócio-informacional e cultural que corrobora para a construção de novas dinâmicas sociais?

Como hipótese, o jogo digital seria um promotor de simulacros (BAUDRILLARD, 1991) da realidade, possuindo uma linguagem híbrida para repassar seus conteúdos e que se relaciona com um nicho cultural bem específico, o qual procura se informar para “vencê-lo”. E ainda: ocasionada pela complexidade dos jogos digitais atuais, é exigida dos usuários uma competência em informação no que concerne aos aspectos que giram em torno deste tipo de mídia, que permite o jogador desvendar os mistérios do jogo e ultrapassar seus limites impostos. A competência serviria, também, como pré-requisito para certos acordos firmados entre jogo e jogador; isto é, sempre enquanto desafio, para aceitar a proposta, jogadores deveriam ser competentes em informação em dois níveis: funcional e crítico (BUCKINGHAM; BURNER, 2007; BEZERRA, 2015). O primeiro dizendo respeito às habilidades técnicas (segurar o joystick, conhecimento de hardware e software etc.); e o segundo, como apontam Buckingham e Burner (2007, p. 329), traduzindo-se sob a forma de “análise, avaliação e reflexão crítica”, bem como a compreensão de metalinguagem sobre as mais variadas instâncias do contexto social, cultural, econômico, político etc. da comunicação realizada pelos jogos.

Sendo assim, esta pesquisa tem por objetivo central investigar o jogo digital enquanto dispositivo mediador hiperconectado, sócio-informacional e cultural; uma tecnologia da informação e comunicação que promove novas dinâmicas sociais na sociedade contemporânea. Para alcançar esta proposta, os seguintes objetivos específicos se mostram necessários: definir que é o jogo digital; identificar na literatura científica do campo da Ciência da Informação os conceitos sobre informação de maneira a evidenciar que o jogo digital apresenta características informacionais; traçar um histórico do jogo digital de forma a apresentar os contextos de seu surgimento, bem como sua evolução e posição na cultura contemporânea; identificar na literatura científica da Ciência da Informação os estudos sobre Competência em Informação e, a partir disso, demonstrar de que maneira ela contribui para a manutenção social da comunidade *gamer*; e evidenciar o jogo digital como sendo uma tecnologia da informação e comunicação que é

constituída de simulacros para repassar seus conteúdos narrativos, imagéticos, sígnicos e simbólicos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E REFLEXÕES CONCEITUAIS

Em fase de desenvolvimento, esta pesquisa apresenta caráter teórico-conceitual exploratório para dialogar acerca das características informacionais presente em jogos digitais enquanto dispositivos mediadores info-comunicacionais a partir da Ciência da Informação. Para isto, optou-se por método principal a pesquisa bibliográfica de modo que nos direcionasse em direção aos objetivos propostos.

As referências, em sua maioria, no que diz respeito aos *games studies*, foram localizadas por meio do Portal de Periódico das Capes em bases internacionais devido ao pouco retorno de resultados significativos em âmbito nacional que pudessem auxiliar a pesquisa. Para tratar dos aspectos informacionais dos jogos digitais, utilizamo-nos, principalmente, das referências bibliográficas adquiridas no PPGCI-IBICT, com especial foco no pensamento de Rafael Capurro sobre o paradigma social da Ciência da informação. Linha de pensamento esta que procura investigar a informação como sendo parte do próprio homem, articulada através de uma construção sócio-simbólica (SILVA; SALDANHA, 2016). Para dialogar com essa vertente, utilizamos outros autores da CI que dessem força ao discurso, principalmente no que compete ao homem informacional (WERSIG, 1985).

Sobre a natureza do jogo digital em constituir aspectos da realidade, focamos no pensamento de Jean Baudrillard (1991) sobre os simulacros, para sustentar a hipótese de que tais simulacros seriam vetores para repassar os conteúdos informacionais do jogo digital. A fim de captá-los, porém, o jogador deveria ser competente em informação, tanto em um nível crítico quanto no nível funcional. Assim, os estudos presentes na CI sobre a competência em informação tem se mostrado essencial.

3.1 Embasamento Teórico-Conceitual

Embora jogos digitais tenham vestígios desde finais da década de 1950, foi ao longo da década de 1970 e 1980 que eles atingiram o seu auge e expansão. Foi também em meio a uma mudança paradigmática-social para uma sociedade hipermoderna que atingiram o seu potencial, lado a lado de uma geração que crescia intimamente ligada aos novos desenvolvimentos tecnológicos da informação, isto é, a geração Y.

Segundo Howe e Strauss (2000), a geração Y compõe indivíduos nascidos entre os anos de 1982 e 1994, e se diferenciam da geração X - meados de 1960 até 1980 - pela sua capacidade de maior familiaridade com a comunicação, mídias e tecnologias digitais (BROWN, 2011). Nascidos sob esse contexto, eles vivem em meio a uma troca constante de informação (MALAFAIA, 2011, p. 6), e seus modos se relacionar com o mundo estão intimamente ligados à linguagem digital, dos computadores, da internet e dos videogames (PRENSKY apud REPIQUE, 2013), em que os relacionamentos equilibram-se entre “fazer os laços” ou “deixá-los frouxos” (BAUMAN, 2004, p. 52), sem se fixar a nada que poderia gerar um bloqueio a tais fluxos. Nesse contexto de uma sociedade “hipermoderna”, como diria Lipovetsky (2004), os ideais de

conectividade e interatividade parecem que impregnam as relações (MALAFAIA, 2011, p. 7), dando ênfase às relações sociais mais apoiadas na tecnologia do que ao contato físico.

Nota-se, também, que pensar o jogo digital como uma proposta de estudo é um desafio. Talvez porque grande parte daqueles que não integram essa comunidade não o vejam como um recorte merecido de atenção que atua sobre o mundo prático, ou até mesmo sério. Entretanto, poderíamos pensá-lo, trazendo-o para a Ciência da Informação, na medida em que se procura compreender os processos informacionais que se desdobram dessa relação entre tecnologia e usuário dentro do contexto da sociedade da informação. Sob essa perspectiva da CI, procurar entendê-lo a partir de um viés existente entre tecnologia e “homem informacional”, como conceitua Wersig (1985).

Segundo o autor supracitado, tais processos são motivados tanto por um comportamento informacional orientado conforme as realidades informacionais de cada um (ROBERTS apud WERSIG, 1985, p. 12), quanto por fatores sociais, econômicos e culturais (WERSIG, 1985, p. 12). Logo, pensar o jogo digital na CI é tentar situá-lo além dos paradigmas físico e cognitivista; mas encará-lo, também, de acordo com uma abordagem hermenêutica-social proposta por Capurro em seu discurso sobre a virada epistemológica da CI, a qual versa sobre os processos informacionais como fatores de natureza linguagem-símbolo (SILVA; SALDANHA, 2016), e que visa menos a busca pelo o que seria informação, para tentar entender o que seria informação e para quem (CAPURRO, 1991, p. 3); algo muito mais centrado no homem, no social; a informação não como “produto final”, mas “existencial”, enquanto processo que faz parte de nós frente ao mundo e a todos (CAPURRO, 1991, p. 9) sob o contexto de uma “dimensão pragmática da existência humana, [na qual se apresenta] como sócio-simbólica” (SILVA; SALDANHA, 2016), para além do suporte material clássico apenas.

Ao aceitar um jogo digital, o jogador lida com informações e interpreta processos cognitivos; desenvolve desejos e constrói identidades, uma vez que ele constitui uma representação, em certo nível, da realidade; tem a chance de interagir com o mundo que lhe foi ofertado a partir das fronteiras daquilo que foi programado. Se compararmos a um livro, o jogo digital coloca o usuário “contra” o texto, obrigando-o a realizar uma série de atos “cognitivos simultâneos [...] por meio de uma leitura hermenêutica do jogo, executada com o intuito de decodificar os seus estímulos semióticos” (FASSONE, 2015, p. 25). Segundo Buckingham e Burner (2007, p. 326), ele deve transferir seu intelecto, seus conhecimentos ou compreensão para “vencer” o jogo, o que significa dizer que o mesmo implica um texto multimodal, ou seja, uma mídia que mantém diferentes modos de comunicação, tais quais imagens em movimento, música, escrita, linguagem etc. Dessa forma, o jogador, na visão da Ciência da Informação, nada mais seria do que um usuário, consumidor de informação e detentor de competências para lidar com todas essas dinâmicas info-comunicacionais.

Além disso, muito mais do que ser uma atividade de jogar, é importante salientar, um jogo digital apresenta inúmeras características que vão além do seu objetivo primeiro. Se olharmos pelo lado cultural e nos dispusermos do que Tyler citado por Laraia diz (2006, p. 25), veremos que cultura envolve todo o processo que “inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade”. Bogost (2007, p. 128) evidencia que não há sequer um jogo digital que seja produzido em vazio cultural. Eles trazem em si os valores, experiências e desejos de seus criadores, ajudando a evidenciar atitudes e ideologias, bem como dotam-se de expressivo conteúdo informacional que merecem atenção e de um olhar cuidadoso, visto que o usuário vive mais do que uma experiência.

Ele detém controle de um mundo e se dispõe a aceitar suas regras; regras estas, muitas vezes, baseadas em filosofias, ideologias, dos desenvolvedores, ou em seus próprios conhecimentos de mundo.

Quando se pensa na forma como um jogo digital é desenvolvido, pode não vir de imediato, mas a quantidade existente de conhecimento utilizado em sua produção é da mais diversificada, como Tecnologia da Informação, Lógica, Matemática, História, Inteligência artificial, entre tantas outras disciplinas. Apenas para constatar, a série *Assassin's Creed* apresenta arcos temáticos relacionados a grandes personagens da História da humanidade, perpassando e reconstruindo eventos que marcaram épocas, como a Revolução Francesa e a Independência dos Estados Unidos; *Okami* retrata a beleza, a cultura e o folclore do Japão em cores vivas e cenários desenhados à mão; em *Limbo* o jogador é convidado a testar seu raciocínio lógico para resolver quebra-cabeças complexos que aumentam de dificuldade a cada nível superado.

Sendo assim, o jogo digital tem o poder de representar algum aspecto da realidade que é captada pelo jogador. É, pois, uma simulação, uma possível potência de um simulacro (BAUDRILLARD, 1991) daquilo que tem significado em nossa realidade e que se materializa no jogo. Por outra via, a forma como o interpretamos e ressignificamos, acaba por nos trazer certo sentido; isto é, os elementos culturais presentes no jogo, acabam por atuarem como uma mediação, permitindo, também, que o incorporemos ao “mundo real” por meio de processos info e metacomunicacionais.

Como explicar o desejo de se transformar em um personagem de um jogo digital ao ponto de trazê-lo para o mundo material na forma de um *cosplay*⁶ em feiras e eventos ao redor do mundo? Um verdadeiro *avatar* personificado, que faz desaparecer o sujeito, para fazer assumir uma nova identidade possível, que se faz materializada graças às trocas, aos processos informacionais entre jogo e usuário. Conforme afirma Thiry-cherques, somos constantemente “retribalizados segundo o que consumimos” (THIRY-CHERQUES, 2010), seja informacional, material ou simbolicamente.

Por outro lado, jogos digitais também servem às expectativas de um mercado. A ascensão da cultura gamer/geek está diretamente ligada ao que se consome, o que providenciou o surgimento e reconhecimento de um novo nicho cultural. Se essa comunidade é o que é hoje, deve-se também ao setor econômico que se expande, dentro de uma sociedade de consumo estritamente relacionada com os objetos que por ela é produzido. De acordo com Baudrillard (apud THIRY-CHERQUES, 2010), vivemos em uma sociedade dos símbolos, semiúrgica, na qual os interesses não são encontrados nos objetos, mas no sistema de signos que os comportam. “Compreender a atualidade é compreender a mensagem contida no sistema de signos que a constitui [...]. Considerar não o uso nem a troca (a mercadoria), mas o sígnico, implica buscar, em vez da utilidade, o signo que ela comunica” (THIRY-CHERQUES, 2010, p. 3). Assim, na era da hiper-realidade (BAUDRILLARD, 1991), da realidade por representações, consumimos não por necessidade, mas simbolicamente, para declaramos aquilo que almejamos ser dentro da sociedade. Uma vez que o jogo é produto de um mercado, parte de uma comunidade bem específica que detém poder de capital, consumir este tipo de mídia é se afirmar simbolicamente e que pertence à

⁶ *Cosplay* é uma atividade da cultura pop/nerd/geek em que o indivíduo adota os elementos de um personagem para si por meio de fantasias, procurando demonstrar a maior fidelidade possível. O cosplays não se encerra no jogo digital e tem ainda maior presença no que diz respeito às animações de origem japonesa (animes).

mesma, fator que pode ser identificado quando o mesmo interage na comunidade, de forma online, participação de eventos, *cosplays*, campeonatos, etc.

4 RESULTADOS PRELIMINARES

Ainda que esta pesquisa se encontre em fase de desenvolvimento, alguns resultados preliminares já foram alcançados.

O primeiro deles foi a possibilidade de desenvolver um capítulo sobre a história dos jogos digitais. Nele pudemos observar além de datas importantes e nomes que contribuíram para a cultura *gamer*, o contexto do surgimento dos primeiros jogos e, conseqüentemente, alguns dos principais fatos que contribuíram para a instauração de uma nova manifestação cultural. Pontos como: a controvérsia em torno do que poderia ser considerado o primeiro jogo digital envolvendo nome de cientistas especializados em uma época na qual os primeiros computadores eram testados em centros de pesquisas; a relação íntima entre a ascensão dos computadores pessoais e dos jogos digitais; ou idade de ouro e os fatores que ocasionaram a primeira grande crise, também podem ser encontrados neste capítulo.

Um outro resultado foi a possibilidade de demonstrar as capacidades discursivas informacionais dos jogos digitais através de uma análise do jogo *Super Impeachment Rampage*. No estudo de caso, observamos como tal dinâmica informacional poderia evidenciar a presença de memórias coletivas. Como uma mídia potencial que incorpora aspectos da realidade, pensamos que importa as formas de linguagens estabelecidas dentro de um jogo digital, bem como se articulam essas dinâmicas que poderiam despertar memórias coletivas. Para isso, as contribuições de Charles Sanders Peirce sobre a ciência dos signos em sua Semiótica e os regimes da Partilha do Sensível de Jacques Rancière nos foram de significativa ajuda para tentar compreender a capacidade comunicacional dos jogos digitais por meio de processos informacionais presentes em sua linguagem.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS: UMA RESPOSTA AINDA EM ABERTO

Como atividade presente nas relações sociais há tanto tempo, a natureza do lúdico, do jogo, obviamente iria se reconfigurar em face do intenso desenvolvimento do ambiente digital e de sua intrinsecidade com a realidade socioeconômica e cultural da hipermodernidade (LYPOVETSKY, 2004). Parte do conjunto de “ferramentas” com as quais o homem interage com, e interpreta, a realidade, os jogos digitais são também uma expressão material do consumo do mercado eletrônico e da cultura digital que, sem o desenvolvimento de competências em informação tais práticas sociais se colocam intangíveis. Contudo, e este é um ponto de inflexão crítica ao que se desenvolve neste âmbito, o questionamento sobre a espetacularização da vida mediada pelo desenvolvimento e consumo de tais competências, se faz presente já que os jogos representam em aspectos majoritários nada mais que um produto de consumo. Uma vez que mantenhamos a defesa de que jogos digitais também são uma representação, em certo nível, da realidade eles possuem em si características informacionais as quais interagem com o usuário ao aceitar a sua proposta. Para isso, tanto para manter as suas dinâmicas quanto para “vencer” o jogo, usuários devem ser competentes em informação em: 1 - um nível funcional, a fim de ter o domínio do que deva fazer diante da mídia (segurar o joystick, por exemplo); e 2 – um nível crítico, para serem capazes de

perceber e compreender os simulacros propostos, bem como seus conteúdos informacionais.

Contudo, sua potência para a produção de novas formas de construção do conhecimento é inegável; e por isso são necessárias as reflexões sobre seus desdobramentos possíveis para a Ciência da Informação. Enquanto uma pesquisa ainda em andamento cabe sinalizar que a primeira conclusão é aquela de que os *digital games* são de fato uma expressão cultural marcadamente presente na hipermodernidade a cada passo que o lúdico se torna mais e mais ordinário por intermédio das plataformas sociais digitais, de tecnologias *wearable* ou mesmo pela gamificação de estruturas de informação e comunicação como aquelas presentes em aplicativos de *smartphones* e recursos de televisões *smart*. O próximo desafio, ainda em aberto, trata de sofisticar os aspectos críticos que nos levam a indagar o papel da C.I. para a continuidade do pensamento crítico sobre este mundo gamificado.

REFERÊNCIAS

ANCINE. *Inscrições abertas para novo edital de investimento em jogos eletrônicos do programa Brasil de Todas as Telas*. Portal Ancine, 08 maio 2017. Disponível em: <<https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/inscri-es-abertas-para-novo-edital-de-investimento-em-jogos-eletr-nicos-do>>.

BARWICK, Joana. *Where have all the games gone? An exploratory study of digital game preservation*. 2010. 240 p. Tese (Doutorado em Filosofia) – Universidade de Loughborough, Loughborough, Inglaterra, 2010. Disponível em: <<https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/handle/2134/10222>>. Acesso em: 27 jul. 2015.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BAUMAN, Zigmunt. *Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BEZERRA, Arthur. Vigilância e filtragem de conteúdo nas redes digitais: desafios para a competência crítica em informação. *XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, 2015.

BOGOST, Ian. *Persuasive games mobile services*. Cambridge: The MIT Press, 2007.

BROWN, Ted. Are you a digital native or a digital immigrant? Being client centred in the digital era. *British Journal of Occupational Therapy*, v. 74, n. 7, p. 313, ju. 2011. <<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.4276/030802211X13099513660992>>. Acesso em: 09 ago. 2017.

BUCKLAND, Michael K. Information as thing. *Journal of the American Society for Information Science*, v. 42, n. 5, p. 351-360, 1991.

BUCKINGHAM, David; BURN, Andrew. Game literacy in theory and practice. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, v. 16, n. 3, p. 324-348, 2007.

CARNAGEY, Nicholas L.; ANDERSON, Craig A.; BUSHMAN, Brad J. The effect of video game violence on physiological desensitization to real-life violence. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 43, n. 4, jul. 2007, p. 489–496. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022103106000825>>. Acesso em: 15 fev. 2017.

CAPURRO, Rafael. Foundations of information science: review and perspectives. In: *International Conference on Conceptions of Library and Information science*, Finland, 1991. Proceedings... Tampere: University of Tampere, 1991. Disponível em: <<http://www.capurro.de/tampere91.htm>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

CHATFIELD, T. Fun Inc.: *why games are the 21st century's most serious business*. London: Virgin Books, 2010.

FASSONE, Riccardo. Isto é um jogo de vídeo: jogos de vídeo, autoridade e metacomunicação. *Comunicação e Sociedade*, vol. 27, 2015, p. 19-35.

HATSCHBACH, Maria Helena de Lima; OLINTO, Gilda. Competência em informação: caminhos percorridos e novas trilhas. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, Nova Série, São Paulo, v.4, n.1, p. 20-34, jan./jun. 2008. Disponível em: <<https://febab.emnuvens.com.br/rbbd/article/view/64/78>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

HENRIOT, Jacques. *Sous couleur de jouer - La métaphore ludique*, Paris, José Corti, 1989.

HOWE, N.; STRAUSS, W. *Millennials rising: the next generation*. Nova York: Vintage, 2000.

HULL, Damien C.; WILLIAMNS, Glenn A.; GRIFFITHS, Mark D. Video game characteristics, happiness and flow as predictors of addiction among video game players: a pilot study. *Journal of Behavioral Addictions*, v. 2, n. 3, 2015, p. 145-52. Disponível em: <<http://www.akademai.com/doi/pdf/10.1556/JBA.2.2013.005>>. Acesso em: 18 fev. 2017.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. 19.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. Tempo contra tempo, ou a sociedade hipermoderna. In: LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

MALAFAIA, Gabriela Silva de. Gestão estratégica de pessoas em ambientes multigeracionais. *VII Congresso de Excelência em Gestão*. 2011. Disponível em: <http://www.inovarse.org/sites/default/files/T11_0452_2151.pdf>. Acesso em 27 jun. 2017

MITCHELL, Alice; SAVILL-SMITH, Carol. *The use of computer and video games for learning: a review of literature*. Londres: LSDA. Disponível em: <http://dera.ioe.ac.uk/5270/7/041529_Redacted.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2017.

NEWZOO. *The global games market report 2016*. Disponível em: <<https://newzoo.com/solutions/revenues-projections/global-games-market-report/>>. Acesso em: 18 fev. 2017.

REPIQUE, Renee John R. Digital natives, digital immigrants: dichotomy or diversity in psychiatric nursing? *Journal of the American Psychiatric Nurses Association*, v. 19, n. 2, p. 100 - 101, 2013. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1078390313481999>>. Acesso em: 09 ago. 2017.

RIBEIRO, José Carlos; FALCÃO, Thiago. Mundos virtuais e identidade social: processos de formação e mediação através da lógica do jogo. *Logos 30 Tecnologias de Comunicação e Subjetividade*, v. 16, n. 1, 2009. Disponível em: <<http://www.epublicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/368/324>>. Acesso em: 29 jan. 2017.

SILVA, Giovani Miguez da; SALDANHA, Gustavo Silva. A ciência da informação e sua filosofia: entre a linguagem, o símbolo e a informação. *Anais do XVII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, 2016. Disponível em: <<http://repositorios.questoesemrede.uff.br/repositorios/bitstream/handle/123456789/3072/2016-GT01-CO-06.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 15 jun. 2016.

TEIXEIRA, Luís Filipe B. Criticismo ludológico e novos media: introdução. *Anais do VI Simpósio Brasileiro de Jogos para Computador e Entretenimento Digital - SBGames*. São Leopoldo: Unisinos, 2007. Disponível em: <<http://projeto.unisinos.br/sbgames/anais/gameecultura/>>. Acesso em: 21 fev. 2017.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. Baudrillard: trabalho e hiper-realidade. *RAE Eletrônica*, São Paulo, v. 9, n. 1, jan./jul. 2010. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482010000100008>>.

WERSIG, G.; WINDEL, G. *Information Science needs a theory of 'information actions'*. *Social Science Information Studies*, v. 5, p. 11-23, 1985.