

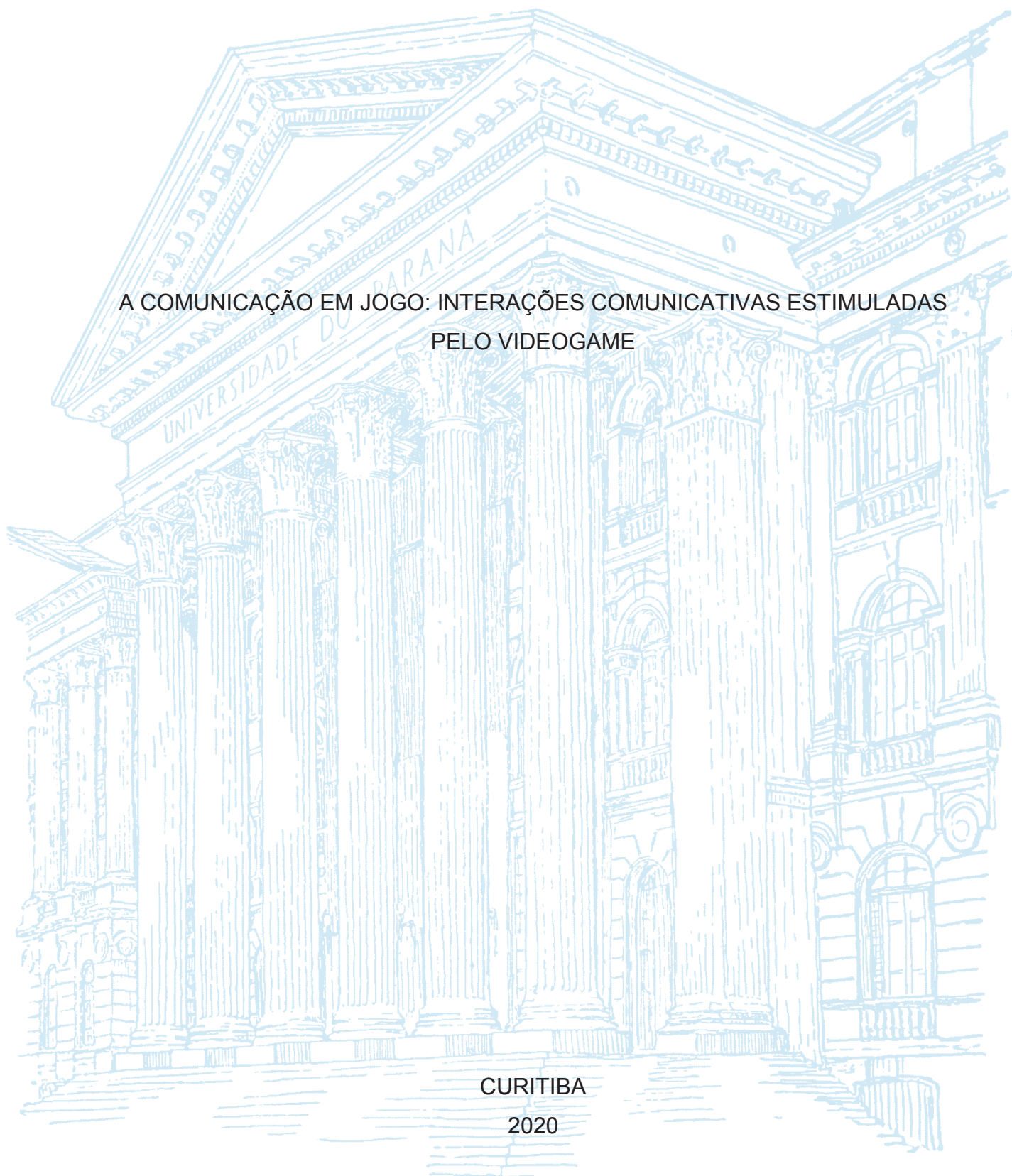
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FABIA IOSCOTE

A COMUNICAÇÃO EM JOGO: INTERAÇÕES COMUNICATIVAS ESTIMULADAS
PELO VIDEOGAME

CURITIBA

2020



FABIA IOSCOTE

A COMUNICAÇÃO EM JOGO: INTERAÇÕES COMUNICATIVAS ESTIMULADAS
PELO VIDEOGAME

Dissertação apresentada ao curso de Pós-Graduação em Comunicação, Setor de Artes, Comunicação e Design, linha de pesquisa em Comunicação e Formações socioculturais, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Claudia Quadros

CURITIBA

2020

Catálogo na publicação
Sistema de Bibliotecas UFPR
Biblioteca de Artes, Comunicação e Design/Cabral
(Elaborado por: Sheila Barreto (CRB 9-1242))

Ioscote, Fabia Cristiane
A comunicação em jogo: interações comunicativas estimuladas pelo videogame./
Fabia Cristiane Ioscote. – Curitiba, 2020.
183f: il. color.

Orientador: Profa. Dra. Claudia Quadros.
Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do
Paraná, Setor de Artes, Comunicação e Design, Programa de Pós-
Graduação em Comunicação, 2020.

1. Comunicação. 2. Interações Comunicativas. 3. Jogos on-line.
4. Videogame I. Título.

CDD 302.2

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em COMUNICAÇÃO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **FABIA IOSCOTE** intitulada: **A COMUNICAÇÃO EM JOGO: INTERAÇÕES COMUNICATIVAS ESTIMULADAS PELO VIDEOGAME**, sob orientação da Profa. Dra. CLAUDIA IRENE DE QUADROS, que após terem inquirido a aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 29 de Maio de 2020.

Assinatura Eletrônica

23/06/2020 14:57:56.0

CLAUDIA IRENE DE QUADROS

Presidente da Banca Examinadora (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica

23/06/2020 14:57:21.0

KATI CAETANO

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica

23/06/2020 14:33:16.0

RODRIGO EDUARDO BOTELHO FRANCISCO

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Dedicado a quem acredita que é possível.

AGRADECIMENTOS

À minha família, em especial à minha mãe, a dona Jura, por todo o suporte, não apenas durante os anos desta pesquisa, mas em toda minha trajetória acadêmica. Ao meu marido, Luciano, pela paciência e compreensão, mesmo quando a conversa sobre metodologia estava pesada demais para um sábado à noite. E ainda aos meus fiéis companheiros de quatro patas, Pretty, Cherry e Pingo, e o gato Flea (*in memoriam*), por estarem sempre comigo e serem os melhores ouvintes nas longas manhãs de dúvidas e incertezas acerca deste projeto.

Àqueles que de alguma forma contribuíram e torceram por essa jornada acadêmica e especialmente a alguns mestres que me inspiraram e continuam sendo inspiração para a pesquisa e a dedicação ao estudo. Essa trajetória teve início antes da pós-graduação na Universidade Federal do Paraná, e gostaria de deixar registrado o agradecimento à professora Myriam Del Vecchio por me conceder a primeira oportunidade de estar na sala como aluna especial do PPGCOM, e também aos professores Glauco Gomes de Menezes e Rodrigo Botelho pela oportunidade no PPGGI.

Como aluna do PPGCOM, gostaria de agradecer a todos os professores e professoras, em especial à professora Regiane Ribeiro e ao professor Fabio Hansen pelas aulas e contribuições para a construção da pesquisa, e à professora Valquíria John por trazer não só conhecimento em sala de aula e auxílio no percurso da pesquisa, mas também alento e humanidade em meio ao caos vivido durante o período de uma pós-graduação. Agradeço ainda àqueles com os quais não tive contato em sala de aula, mas que estão no dia a dia do PPGCOM, como a professora Kelly Prudêncio, referência nesse meio, e o professor Maurício Liesen, pelas dicas e informações compartilhadas. Todos os professores e professoras citados são um exemplo da excelência em pesquisa que vou levar para sempre como inspiração na continuidade dos meus estudos.

À Agência Escola de Comunicação Pública e Divulgação Científica e Cultural da UFPR, pela oportunidade de ser bolsista e conciliar as atividades com o mestrado. Agradeço a todos e todas que integram a Agência, em especial à Patrícia, pela troca de ideias, boas conversas e dicas sobre o mestrado.

Aos colegas de turma, pelos encontros em que dividimos anseios e aflições, mas também pela companhia nas viagens e congressos e pelos bons momentos com café e risadas que ficarão na lembrança.

À UFPR, por ser essa instituição de alto nível e excelência em pesquisa, motivo de orgulho, que se mantém firme na luta pela ciência e pela educação. Agradeço por agora poder dizer: “Sou parte dessa história. #OrgulhodeserUFPR”.

A todos os jogadores e jogadoras que participaram e contribuíram com esta pesquisa, meu muito obrigada. Vocês trouxeram ricos detalhes de suas experiências e muitos ainda se empenharam em ajudar na divulgação do questionário, foram pontuais, comprometidos e capricharam nas respostas, algo que me fez ver o quanto a comunidade *gamer* é fantástica.

Agradeço à professora Suely Fragoso por ter feito parte da banca de qualificação deste trabalho, e ao professor Rodrigo Botelho por fazer parte desta banca e por todas as contribuições feitas desde a qualificação. As suas trajetórias acadêmicas também são fonte de inspiração para mim. Agradeço, igualmente, à professora Kati Caetano pela disponibilidade em fazer parte da banca e pelas observações feitas neste trabalho.

Agradeço especialmente à minha orientadora, professora Claudia Quadros, sem a qual não seria possível a realização deste trabalho. Agradeço por ter me escolhido e por abraçar este desafio. Agradeço não apenas pelo auxílio no percurso desta pesquisa, mas também pelas orientações para a vida, pelas oportunidades oferecidas para compartilhar um pouco da minha experiência com seus alunos em sala de aula e principalmente por, de alguma maneira, manter viva em mim essa vontade de continuar os estudos. Obrigada!

A todos vocês, dizer muito obrigada não é o suficiente!

*“O mestre disse a um dos seus alunos:
Yu, queres saber em que consiste o
conhecimento? Consiste em ter consciência
tanto de conhecer uma coisa quanto de não a
conhecer. Este é o conhecimento”.*

Confúcio

RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo compreender como ocorrem as interações comunicativas a partir do videogame. O problema de pesquisa se constitui com base na premissa do videogame como mídia, uma mídia que comunica/transmite dados e que promove interações – com o próprio jogo, pela perspectiva da área de *Game Studies*, ou interações sociais (on-line e off-line), entre as quais se destaca um tipo particular: as interações comunicativas. Nesta interação, sob a perspectiva da interação (ação entre) e da comunicação (ação compartilhada), prevalece o gesto significativo (uso da linguagem), produção simbólica que permite pelo ato comunicativo apreender uma influência mútua entre os sujeitos na constituição de uma sociedade. Ressalta-se que nessa interação o indivíduo também se constitui como sujeito no que se refere ao *self* e ao diálogo constante entre o eu e o mim nesta ação. Diante desse contexto, o problema de pesquisa busca responder a seguinte questão: de que maneira o videogame estimula interações comunicativas por meio de diferentes jogos eletrônicos? Para tanto, o objetivo geral desta pesquisa é compreender como ocorrem as interações comunicativas a partir do videogame. Os objetivos específicos buscam identificar interações comunicativas por meio do videogame, estudar interações comunicativas que ocorrem em decorrência do jogo on-line e observar o videogame como influenciador e influenciado enquanto mídia promotora de interações. O estudo segue uma abordagem multimetodológica, conduzida em três fases: 1) revisão bibliográfica e a pesquisa da pesquisa; 2) aplicação de um questionário on-line (realizada entre dezembro de 2018 e fevereiro de 2019), com a participação de 574 jogadores; 3) entrevistas semiestruturadas com dez jogadores participantes da pesquisa quantitativa. Aliado a isto, também foi realizada uma etapa complementar de observação simples para compreender as especificidades dos jogos. Os dados qualitativos do questionário e das entrevistas foram analisados com a técnica de Análise de Conteúdo de Bardin (2016). Para o tensionamento teórico são utilizados os conceitos da mediamorfose (FIDLER, 1998) que auxiliam na compreensão da evolução tecnológica dos meios e possibilidades de influências no que se refere ao videogame; as interações no ponto de vista dos desafios epistemológicos para a área de Comunicação (FERRARA, 2015); as interações sociais (THOMPSON, 2002; 2008); as interações e interatividade passando pelo paradigma interativo e a comunicação mediada por computador (PRIMO, 2000, 2005, 2008a, 2008b; FRAGOSO, 2001), e as interações comunicativas (FRANÇA, 2003, 2008; FRANÇA; SIMÕES, 2015) que servem como operador teórico. Além disso, a área de *Game Studies* também é contemplada (HUIZINGA, 2000; CAILLOIS, 2001; MURRAY, 2003; AARSETH, 2001, 2003, 2012; JUUL, 2000, 2001; FRAGOSO, 2015, 2016; FRAGOSO; AMARO, 2018). Desse modo, as interações puderam ser observadas para além do jogo, a partir dos usos, da inserção on-line na comunidade, nas ações e atividades em redes sociais e plataformas e nas interações que estão no jogo, em virtude de suas especificidades.

Palavras-chave: Comunicação. Interações comunicativas. Videogame. Jogos on-line.

ABSTRACT

This research aims to understand how communicative interactions occur from video games. The research problem is based on the premise of the video game as a medium, a medium that communicates/transmits data and that promotes interactions – with the game itself, from the perspective of the Game Studies area, or social interactions (online and offline), among which stands out a particular type: communicative interactions. In this interaction, from the perspective of interaction (action between) and communication (shared action), the significant gesture (use of language) prevails, a symbolic production that allows, through the communicative act to understand a mutual influence between the subjects in the constitution of a society. It is noteworthy that in this interaction the individual is also constituted as a subject with regard to the self and the constant dialogue between the self and the me in this action. In this context, the research problem seeks to answer the following question: how does the video game stimulate communicative interactions through different electronic games? Therefore, the general objective of this research is to understand how communicative interactions occur from the video game. The specific objectives seek to identify communicative interactions through video games, study communicative interactions that occur as a result of online games and observe the video game as an influencer and influenced as a media that promotes interactions. The study follows a multimethodological approach, conducted in three phases: 1) bibliographic review and research research; 2) application of an online questionnaire (carried out between December 2018 and February 2019), with the participation of 574 players; 3) semi-structured interviews with ten players participating in the quantitative research. Allied to this, a complementary step of simple observation was also carried out to understand the specifics of the games. Qualitative data from the questionnaire and interviews were analyzed using the Content Analysis technique, Bardin (2016). For the theoretical tensioning, the concepts of mediamorphosis are used (FIDLER, 1998) that help in the understanding of the technological evolution of the means and possibilities of influences with regard to the video game; interactions from the point of view of epistemological challenges for the Communication area (FERRARA, 2015); social interactions (THOMPSON, 2002; 2008); interactions and interactivity through the interactive paradigm and computer-mediated communication (PRIMO, 2000, 2005, 2008a, 2008b; FRAGOSO, 2001), and communicative interactions (FRANÇA, 2003, 2008; FRANÇA; SIMÕES, 2015) that serve as theoretical operator. In addition, the Game Studies area is also covered (HUIZINGA, 2000; CAILLOIS, 2001; MURRAY, 2003; AARSETH, 2001, 2003, 2012; JUUL, 2000, 2001; FRAGOSO, 2015, 2016; FRAGOSO; AMARO, 2018). Thus, the interactions could be observed beyond the game, from the uses, from the online insertion in the community, in the actions and activities in social networks and platforms and in the interactions that are in the game, due to their specificities.

Keywords: Communication. Communicative interactions. Videogame. Online games.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – INTERFACE CANAL ESL CS:GO	33
FIGURA 2 – INTERFACE E CONTEXTO DE USO.....	44
FIGURA 3 – CONCEPÇÕES SOBRE MEDIAÇÕES E INTERAÇÕES.....	52
FIGURA 4 – MAPA CONCEITUAL ATO SOCIAL COMPLETO	66
FIGURA 5 – MAPA CONCEITUAL DINÂMICA INTERACIONAL.....	67
FIGURA 6 – MAPA CONCEITUAL INTERAÇÃO COMUNICATIVA	68
FIGURA 7 – TWITCH.TV: CANAL MANEMZEUS.....	87
FIGURA 8 – LEAGUE OF LEGENDS	91
FIGURA 9 – OVERWATCH.....	91
FIGURA 10 – PALAVRAS IDENTIFICADAS COM OS JOGOS APONTADOS COMO FAVORITOS	93
FIGURA 11 – INTERFACE ATIVIDADES DISCORD.....	111
FIGURA 12 – INTERFACE CANAL FORNITE BRASIL PORTUGAL.....	112
FIGURA 13 – INTERFACE CANAL FORNITE BRASIL PORTUGAL OFF TOPIC..	113
FIGURA 14 – LINHA DO TEMPO DE INÍCIO COM VIDEOGAMES.....	115
FIGURA 15 – LOCAIS NA INTERNET MAIS CITADOS	118
FIGURA 16 – DIAGRAMA SERVIDOR <i>GAMER</i>	126
FIGURA 17 – AÇÕES E/OU ATIVIDADES NAS REDES SOCIAIS	130
FIGURA 18 – INTERAÇÕES COMUNICATIVAS DO TIPO A.....	139
FIGURA 19 – INTERAÇÕES COMUNICATIVAS DO TIPO B.....	142

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – DISTRIBUIÇÃO POR IDADE E GÊNERO	89
GRÁFICO 2 – DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA JOGAR.....	90
GRÁFICO 3 – TEMPO DE EXPERIÊNCIA COM JOGOS	97
GRÁFICO 4 – FREQUÊNCIA COM QUE JOGA.....	97
GRÁFICO 5 – TEMPO MÉDIO DEDICADO AO JOGO A CADA VEZ	98
GRÁFICO 6 – HORÁRIO QUE JOGA COM MAIOR FREQUÊNCIA	98
GRÁFICO 7 – TEMPO MÉDIO DEDICADO AO JOGO POR PERÍODO DO DIA.....	99
GRÁFICO 8 – NÍVEL COMO JOGADOR.....	102
GRÁFICO 9 – PARTICIPAÇÃO EM TORNEIOS ON-LINE.....	103
GRÁFICO 10 – MOTIVAÇÃO PARA IR A LOCAIS E/OU EVENTOS.....	104
GRÁFICO 11 – OPÇÃO QUE MELHOR DESCREVE AMIZADES ON-LINE.....	105
GRÁFICO 12 – OPÇÃO QUE MELHOR DESCREVE AMIZADES OFF-LINE.....	106
GRÁFICO 13 – DISTÂNCIA ENTRE OS INTEGRANTES DA EQUIPE.....	107

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – TIPOS DE INTERAÇÃO	61
QUADRO 2 – GRUPOS DE DIVULGAÇÃO NO FACEBOOK.....	78
QUADRO 3 – CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DE ENTREVISTADOS	82
QUADRO 4 – CATEGORIAS E UNIDADES	85
QUADRO 5 – CANAIS OBSERVADOS NA TWITCH.TV	87
QUADRO 6 – JOGOS PREDILETOS	114
QUADRO 7 – FINALIDADE DOS LOCAIS CITADOS.....	120
QUADRO 8 – INTERAÇÕES COMUNICATIVAS EM DIFERENTES JOGOS	139

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – PARTICIPANTES POR REGIÃO DO BRASIL	90
TABELA 2 – FAVORITOS POR GÊNERO DE JOGO.....	92
TABELA 3 – PALAVRAS RELACIONADAS AOS JOGOS FAVORITOS POR CATEGORIA.....	94
TABELA 4 – MOTIVAÇÃO PARA JOGAR	100
TABELA 5 – LOCAIS/EVENTOS NOS ÚLTIMOS 12 MESES	103
TABELA 6 – TRABALHOS NO BANCO DA CAPES ENTRE 2007 A 2017	158
TABELA 7 – TRABALHOS NO BANCO DA CAPES POR IES	159
TABELA 8 – SEGUNDO JOGO FAVORITO	167
TABELA 9 – TERCEIRO JOGO FAVORITO.....	168

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

IHC	- Interação Humano-Computador
MMORPG	- Massively Multiplayer Online Role-Playing Game
MOBA	- Multiplayer Online Battle Arena
FPS	- First Person Shooter
e-Sports	- eletronic sports
PvE	- Player versus Environment
PvP	- Player versus Player
NPC	- Non-Player Character
TAR	- Teoria do Ator-Rede

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
2 O VIDEOGAME COMO MÍDIA	24
2.1 OS PRINCÍPIOS DA MEDIAMORFOSE	27
2.2 A PERSPECTIVA DOS <i>GAME STUDIES</i>	34
2.2.1 A comunicação em jogo	41
2.2.2 A interface comunicativa	44
3 A INTERAÇÃO NO ÂMBITO DA COMUNICAÇÃO	47
3.1 INTERAÇÃO E INTERATIVIDADE	53
3.2 INTERAÇÕES E INTERAÇÃO SOCIAL	58
3.2.1 Interações comunicativas: a matriz meadiana	64
4 PERCURSOS METODOLÓGICOS	70
4.1 A PESQUISA DA PESQUISA	70
4.2 QUESTIONÁRIO ON-LINE	76
4.3 ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS	82
4.3.1 Observação simples como suporte	85
5 INTERAÇÕES ON-LINE EM EVIDÊNCIA	89
5.1 PISTAS PARA A SEQUÊNCIA INVESTIGATIVA	107
5.2 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS	110
5.2.1 Perfil dos <i>gamers</i> entrevistados	113
5.2.2 O contexto social compartilhado	117
5.2.2.1 Relatos da toxicidade	123
5.2.3 A dinâmica interacional	130
5.2.4 O gesto significativo na interação comunicativa	134
5.2.5 Interações comunicativas durante e além do jogo	138
CONSIDERAÇÕES FINAIS	145
REFERÊNCIAS	152
APÊNDICE A – ESTADO DA ARTE	158
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO ON-LINE	160
APÊNDICE C – RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO ON-LINE	164
APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	171
APÊNDICE E – ROTEIRO DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS	173
APÊNDICE F – OVERVIEW JOGOS PREDILETOS	175

1 INTRODUÇÃO

Jogar videogame é mais que entretenimento. Desde seu surgimento, no final da década de 1950, numa proposta ainda muito rudimentar em relação ao que conhecemos agora, essa mídia acompanhou os avanços tecnológicos e evoluiu, proporcionando novas experiências e formas de interação. Inicialmente, o desafio no videogame era contra a própria máquina (*single-player*) ou contra um amigo (*multiplayer*). Contudo, a evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), como a chegada da banda larga e a convergência tecnológica, com a possibilidade do *live streaming* e da comunicação por meio das mídias sociais, faz com que o ato de jogar videogame não precise necessariamente ser visto apenas sob um aspecto lúdico e de competitividade. Nesse sentido, ao observar esse contexto é possível vislumbrar as interações sociais que muitas vezes perpassam fronteiras, a interação com a máquina e com o jogo – no que concerne à jogabilidade e à interatividade com essa mídia.

Nessa perspectiva ainda, reflexões acerca dos aspectos mercadológicos, do número de jogadores, que cresce a cada ano, e de um panorama que possibilita, por meio de diferentes jogos, a constituição de uma comunidade global interagente, são importantes para a análise das interações. Esses pontos fornecem pistas para investigação das formações socioculturais em nossa sociedade a partir da dinâmica interacional marcada pelo gesto significativo, ou seja, o uso da linguagem que marca as interações comunicativas (FRANÇA; SIMÕES, 2015).

Parte-se do pressuposto de que o videogame é uma mídia que, a partir dos processos de evolução – compreendidos como mediamorfose (FIDLER, 1998) em nossa sociedade –, permite diferentes possibilidades de interação. Trata-se de examinar jogos como os do gênero MOBA¹(*Multiplayer Online Battle Arena*) e FPS²(*First Person Shooter*), que permitem tais interações e que têm na comunicação um aspecto fundamental para o seu desenrolar. Ainda nesse sentido, é possível considerar também como essas interações em decorrência do jogo se apresentam à luz da ideia de “círculo mágico” proposta por Johan Huizinga (2000). À

¹ MOBA é um gênero de jogo eletrônico no formato arena de batalha multijogador on-line. A principal característica é a presença de dois times que se enfrentam na arena.

² FPS é um jogo eletrônico de tiro em primeira pessoa. Alguns jogos permitem a formação de equipe de cinco jogadores que duela contra a equipe inimiga.

vista dessa concepção, a presente dissertação debruça-se sobre a seguinte questão: de que maneira o videogame estimula interações comunicativas por meio de diferentes jogos eletrônicos? Para tanto, o objetivo geral desta pesquisa é compreender como ocorrem as interações comunicativas a partir do videogame. Os objetivos específicos buscam identificar interações comunicativas por meio do videogame; estudar interações comunicativas que ocorrem em decorrência do jogo on-line e observar o videogame como influenciador e influenciado enquanto mídia promotora de interações.

Observa-se inicialmente o videogame como uma mídia que surge com a função de entretenimento. No entanto, ao conduzir uma investigação mais detalhada, verifica-se que essa mídia tem potencial para ser estudada por diferentes vieses, sendo este um dos principais desafios na contribuição para avanços dos estudos na área de Comunicação. O videogame não precisa, necessariamente, ser comparado com uma mídia que surge de outra, pois é considerado por alguns autores como a primeira mídia digital, pelas características do fluxo da mensagem e possibilidades interativas (PINHEIRO, 2006). Todavia, nesse sentido, Roger Fidler (1998), nos seis princípios da mediamorfose, aponta para a propagação das mídias emergentes que retêm e espalham traços dominantes das primeiras mídias.

Considerando a área de *Game Studies*, autores como Espen Aarseth (2001) defendem a constituição de um campo específico para o estudo do videogame, que compreendem não como uma, mas como várias mídias diferentes. No que se refere à importância do videogame para as diversas áreas do saber e à sua influência na sociedade, a discussão de sua constituição enquanto mídia é pertinente, pois se trata de um meio de comunicação, para o qual são utilizados métodos e análises presentes em estudos de outras mídias (PERANI, 2014). Nessa trilha, uma atenção ao embate epistemológico ao situar o videogame nos estudos da área da Comunicação já foi apontada por outros pesquisadores brasileiros (PINHEIRO, 2007; FALCÃO, 2011; PERANI, 2014; AMARO, 2016; FRAGOSO et al., 2016).

O videogame enquanto mídia promotora de interações pode ser estudado do ponto de vista das práticas interacionais existentes entre os sujeitos e da maneira como esse meio estimula interações, sejam essas on-line ou off-line. Dessa forma, é notável ainda a interação social que ocorre entre jogadores, que podem estar situados em países distintos e que se unem on-line para o jogo, evidenciando as transformações que ocorrem em nossa sociedade no que concerne ao espaço e ao

tempo. O sentido da interação, a dimensão prática do agir do indivíduo, como já demonstrado pelos autores da Escola de Chicago, é a ação compartilhada. Nessa interação – quadro da ação –, há uma influência mútua entre os indivíduos. E é nessa influência que ocorre um conjunto de interações que estabelece a sociedade e ao mesmo tempo constitui o indivíduo (FRANÇA; SIMÕES, 2015). Há de se destacar ainda que o que permite uma diferenciação entre os estudos das interações sociais e das interações comunicativas é a existência da linguagem (FRANÇA, 2008), a maneira como um indivíduo influencia o outro numa ação recíproca, por meio do gesto significativo, o uso da linguagem. Esse gesto significativo trata da produção simbólica, um meio que vincula um indivíduo ao outro tornando possível depreender que a interação é um ato comunicativo que se estabelece na ação + relação, ou seja, uma ação compartilhada entre.

Sob o ponto de vista mercadológico, as recentes pesquisas sobre o número de jogadores de videogame mostram a presença crescente desse objeto no cotidiano. Uma pesquisa de mercado divulgada em 6 de julho de 2018 pela empresa holandesa *NewZoo* – especialista em *games* e *mobile* – estima que o Brasil possui em torno de 75,7 milhões de jogadores de videogame. Esse dado coloca o país na 13ª colocação no ranking mundial, em número de jogadores que tem a China (com 619,5 milhões de jogadores) e os Estados Unidos (178,7 milhões) no primeiro e no segundo lugar, respectivamente. Em 2017, a *NewZoo* já havia divulgado outra pesquisa que mostrava que o número de jogadores de videogame no Brasil estava em 66,3 milhões. Ao vislumbrar os números do mercado, parte-se também para uma reflexão sobre os elementos envolvidos nesse processo, a complexidade da constituição de um videogame, como esse objeto influencia e é influenciado, sendo ao mesmo tempo parte de um todo e o todo de uma parte nos aspectos de cultura e sociedade (PINHEIRO, 2007). Portanto, o videogame, como produto de comunicação, é influenciado pelas lógicas sociais, políticas, econômicas, estéticas e tecnológicas. Por esse ângulo, destacam-se os aspectos culturais, presentes nos estudos fundantes da Comunicação para a compreensão do contexto dos meios. “Qualquer jogo, como qualquer meio de informação, é uma extensão do indivíduo ou grupo” (MCLUHAN, 1964, p. 272). Num sentido mais cultural, para Huizinga (2000, p. 3) “o jogo é fato mais antigo que a cultura” e é algo que em sua essência “transcende as necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação”. Há

ainda no videogame um sentido de curiosidade, algo que mexe com a imaginação humana (JENKINS, 2007)³.

Ademais, pode-se destacar que os estudos da cibercultura evidenciam o videogame pela perspectiva da interatividade (PINHEIRO, 2007). Dessa forma, o estudo do videogame enquanto mídia promotora de interações permite ainda uma contribuição acadêmica para elucidar a forma como a comunicação e a linguagem marcam as interações. A presente pesquisa utiliza a palavra videogame em uma abordagem genérica do objeto empírico, tratando-o como mídia que transmite/comunica dados. Portanto, não se trata do estudo de um jogo, videogame ou jogos eletrônicos específicos, ainda que para alguns autores a experimentação do jogo seja determinante para a compreensão de suas especificidades. Este estudo tem a mesma concepção de Frasca (2001, p. 4, tradução nossa): “a primeira pergunta que precisa ser respondida é o que é um jogo. Como vamos ver, a definição de um jogo nem sempre é tão precisa quanto seria desejado”⁴. Pelo viés metodológico, Aarseth (2003) defende que existem três caminhos para um método de estudos sobre videogame, sendo 1) analisar o design, as regras e mecânicas do jogo; 2) observar outros jogadores e 3) jogar o jogo. “Se não tivermos experimentado o jogo pessoalmente, estaremos sujeitos a cometer sérios mal-entendidos, mesmo se estudarmos a mecânica e tentarmos o nosso melhor para adivinhar o seu funcionamento”⁵ (AARSETH, 2003, p.3, tradução nossa). À vista disso, a importância da literatura da área de *Game Studies* nesta pesquisa é reconhecida e assume-se os riscos decorrentes das escolhas realizadas para alcançar os objetivos traçados, na tentativa de contribuir para o campo acadêmico.

A motivação pessoal para esta dissertação vem da formação profissional da autora, jornalista com quase dez anos de trabalho na área de jornalismo esportivo, que acompanha o crescimento do videogame também como competição. A infância marcada pelo Atari e o Super Nintendo, aliada a inquietações do tipo “por que quando entro na sala da minha casa parece que a televisão se tornou um grande

³ Depoimento proferido na série norte-americana “**Rise of the Video Game**” (A era do videogame), lançada em 21 de novembro de 2007 pelo canal Discovery Channel. Em cinco capítulos, a série narra a história do videogame e mostra seu impacto e influência na sociedade. Disponível em: <https://tinyurl.com/ycagv3tm>. Acesso em: 10 jul. 2018

⁴ No original: “the first question that needs to be answered is what a game is. As we are going to see, the definition of a game is not always as precise as it would be desired.”.

⁵ No original: “If we have not experienced the game personally, we are liable to commit severe misunderstandings, even if we study the mechanics and try our best to guess at their workings”

arcade?”⁶, trouxeram os primeiros passos para as reflexões que conduziram a esta pesquisa. A inspiração para investigação do videogame na linha de Comunicação e Formações Socioculturais do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM-UFPR) veio da frase cunhada por Huizinga, em 1938: “É no jogo e pelo jogo que a civilização surge e se desenvolve”. Acredita-se que a pertinência da temática para a área de comunicação está na dinâmica interacional existente no videogame e que permite um estudo sobre as interações comunicativas e as formações socioculturais.

No que concerne à fundamentação teórica, esta pesquisa tem como base: os princípios da mediamorfose (FIDLER, 1998), que auxiliam na compreensão da evolução tecnológica dos meios no que se refere o campo da Comunicação e as possibilidades de influência que o objeto empírico exerce e/ou recebe; o estudo das interações enquanto os desafios epistemológicos para a área de Comunicação (FERRARA, 2015); as interações sociais (THOMPSON, 2002, 2008); as interações e interatividade passando pelo paradigma interativo e a comunicação mediada por computador (PRIMO, 2000, 2005, 2008a, 2008b; FRAGOSO, 2001); e as interações comunicativas (FRANÇA, 2003, 2008; FRANÇA; SIMÕES, 2015). Além disso, a área de *Game Studies* também é contemplada (HUIZINGA, 2000; CAILLOIS, 2001; MURRAY, 2003; AARSETH, 2001, 2003, 2012; JUUL, 2000, 2001; FRAGOSO, 2015, 2016; FRAGOSO; AMARO, 2018). Já o operador teórico que conduz esta investigação está nas interações comunicativas (FRANÇA, 2008; FRANÇA; SIMÕES, 2015), no que concerne ao contexto social compartilhado, dinâmica interacional e o gesto significante.

A presente dissertação está organizada em quatro capítulos, além da introdução e das considerações finais. O segundo capítulo trata do videogame como mídia, na perspectiva da área de Comunicação, e dos princípios da mediamorfose, apresentando a mídia e seus processos de evolução sob o olhar de Roger Fidler (1998). Uma subseção desse capítulo trata da “comunicação em jogo”, mostrando os principais conceitos teóricos pelos quais o videogame já foi abordado na área de *Game Studies*, o embate entre narratologia e ludologia e a natureza cultural do jogo.

⁶ Esta nota pessoal é utilizada em referência aos campeonatos de videogames (e-Sports). O termo e-Sports (*eletronic sports*) é utilizado para as competições profissionais de jogos eletrônicos. No Brasil, desde 2017 os principais torneios de jogos, como o Campeonato Brasileiro de League of Legends (CBLLoL), são transmitidos ao vivo por canais fechados de televisão.

Além disso, o segundo capítulo tem uma subseção sobre a interface comunicativa, o paradigma interativo (PRIMO, 2000), e os aspectos do jogo para a jogabilidade e os estudos da Interação Humano-Computador (IHC).

Os estudos das interações no âmbito da Comunicação, que incluem as interações e a interatividade, figuram no terceiro capítulo, a fim de mostrar como essa área já foi e continua sendo pesquisada. Aborda-se nesse capítulo o viés epistemológico das interações pautado por Lucrecia Ferrara (2015), as interações sociais vistas por John B. Thompson (2002, 2008) e José Luiz Braga (2000, 2012) bem como as contribuições de Alex Primo (2000, 2005, 2008a, 2008b) e Suely Fragoso (2001). Depreende-se que as teorias de comunicação de massa não contribuem para compreender os fenômenos da contemporaneidade no que se refere às conversas na web (PRIMO, 2008b). No que concerne à interatividade, “o fato de que alguns meios ou certos processos e produtos midiáticos são dotados de interatividade não implica que os demais sejam não-interativos” (FRAGOSO, 2001, p. 3). Essa temática apresenta um rico campo para debate teórico ao considerar as interações comunicativas com a argumentação da dimensão simbólica e uso da linguagem, assim como a diferenciação entre os tipos de interações (FRANÇA, 2008; FRANÇA; SIMÕES, 2015).

O capítulo seguinte reúne detalhes do percurso metodológico utilizado nesta pesquisa, uma perspectiva que pode ser considerada multimetodológica. A primeira fase de investigação inclui a revisão da literatura e a pesquisa da pesquisa (BONIN, 2012). Esse caminho auxiliou na segunda etapa, a aplicação de um questionário online (*survey*) com a finalidade da formação de um *corpus* para identificar, de maneira exploratória, as interações no campo. Essa etapa compreendeu processos de mensuração quantitativos e qualitativos, embora o estudo não tenha pretensão estatística, mas sim de construção desse *corpus* para estudar as interações. Depois, foi realizada uma terceira etapa, com entrevistas semiestruturadas com dez jogadores. Aliada a isso, uma etapa de observação simples dos jogos citados pelos dez entrevistados. Na etapa de entrevista semiestruturada foi utilizada a técnica de Análise de Conteúdo (AC) de Laurence Bardin (2016) e também uma abordagem similar aos estudos no campo das Ciências Sociais para a observação simples e registro dos dados.

O primeiro passo na trilha metodológica foi a pesquisa da pesquisa (BONIN, 2012), que buscou teses e dissertações no Banco da Coordenação de

Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Com recorte para as Instituições de Ensino Superior (IES) do Sul do Brasil, essa pesquisa foi realizada em julho de 2018 e identificou 18 trabalhos, dos quais seis tratavam de interações e utilizavam um ou mais jogos como objeto empírico (IOSCOTE, 2018). Essa primeira etapa permitiu verificar uma lacuna nas produções acadêmicas sobre os estudos de interações comunicativas com a temática videogame, corroborando o que já apontavam levantamentos de pesquisas anteriores (LOURENÇO, 2012; MUSTARO; FORTIM, 2012; PERANI, 2014; FRAGOSO et al., 2016). No entanto, é fundamental destacar que as pesquisas encontradas por meio dessa busca foram importantes para o desenvolvimento deste trabalho e para a elaboração de um questionário on-line, que foi utilizado na pesquisa exploratória sobre interações.

A aplicação do questionário on-line (*survey*) foi realizada entre os meses de dezembro de 2018 e fevereiro de 2019, com retorno de 574 questionários completos. Os resultados quantitativos mostraram evidências das interações on-line e trouxeram novos questionamentos a partir das respostas às perguntas abertas. Outras indagações surgiram a partir de percentuais revelados pela tabulação das respostas, como por exemplo: 70% dos respondentes afirmaram que conheceram mais pessoas on-line do que pessoalmente e 37% disseram não ter motivação alguma para ir presencialmente a eventos ou lugares onde ocorrem competições de videogame. Nessa perspectiva ainda, 286 participantes responderam que a opção que melhor descreve os novos contatos é: “São novas amizades que vão além de jogar videogame”. Dessa forma, houve a necessidade de uma investigação mais detalhada na terceira etapa, utilizando entrevistas semiestruturadas como instrumento de pesquisa para a compreensão de alguns pontos. Uma vez que a maioria dos participantes prefere games que são jogados em equipe e em tempo real, como identificar interações comunicativas em jogos on-line que não são desse gênero? E se 100% dos respondentes afirmam que costumam jogar em casa, significa que os jogadores não frequentam outros lugares para jogar? Ainda, se preferem determinado jogo pela possibilidade de interação que se refere à jogabilidade, como se configuram essas novas amizades? Seria algo além do jogo?

A etapa da entrevista semiestruturada contou com a participação de dez jogadores que já haviam respondido o questionário. Essa fase foi realizada entre os dias 7 e 17 de janeiro de 2020. Em virtude da especificidade dos jogos, também foi necessária uma etapa de observação simples no mesmo período em que se

realizavam as entrevistas. Essa observação ocorreu por meio da Twitch.TV, uma plataforma de *streaming* de jogos, na qual foi possível assistir canais referentes aos doze jogos citados pelos entrevistados. Dessa maneira, foram anotadas algumas informações, como se o jogador estava sozinho ou com outros jogadores e se conversavam entre si durante a partida – se sim, como, se por meio de chat de texto ou voz –, entre outros aspectos. Com essa sequência de etapas foi possível verificar como as interações comunicativas ocorrem a partir do videogame e, em especial, como as especificidades dos jogos contribuem para tais interações. Além disso, pode-se notar que questões relacionadas aos usos e à infraestrutura física podem desencadear diversos tipos de experiências num contexto social compartilhado de mútua referência marcado pela produção simbólica, ou seja, o gesto significante.

2 O VIDEOGAME COMO MÍDIA

Ao tratar da definição do que é uma mídia, Eugenia Barichello e Luciana Carvalho (2013, p. 238) afirmam que “mídia é a forma aportuguesada da palavra latina *media*, plural de *medium*, que é meio, em seu sentido de meio de comunicação, para além da ideia de mero canal”. Dessa maneira, a palavra mídia se refere a todos os meios de comunicação que representam uma “instituição social”. As autoras explicam que mídia não é, portanto, somente um meio técnico, pois envolve um “conjunto de valores, normas, regras” (BARICHELO; CARVALHO, 2013, p. 238). Há de se destacar também que pensar em mídia “envolve fluxos de comunicação, interações tecnossociais, apropriações simbólicas, questões organizacionais e culturais” (BARICHELO; CARVALHO, 2013, p. 238).

Nesse sentido, para Dominique Wolton (2003), uma mídia envolve comunicação. É necessário haver emissor>mensagem>receptor – retomando o esquema clássico de Lasswell, em que é preciso observar quem diz, o que diz, por meio de qual canal e para quem diz. Assim, deve existir um público definido e também relações sociais que para o autor, são construídas ao longo do tempo pelas práticas e inserções na sociedade. “É por isso que as mídias sempre estão ligadas a uma certa comunidade linguística, de valores e de referências” (WOLTON, 2003, p. 100). Ao examinar esse apontamento é possível fazer reflexões a cerca da apropriação tecnossocial que ocorre com as novas mídias e do fluxo comunicacional, que sai do modelo “um para todos” e passa para o esquema “um para um”, no qual todos podem assumir o papel de emissor da mensagem.

Sob um viés mais cultural, Wolton (2003, p. 100) define que “a ideia de mídia sempre remete à ideia de certa restrição, que na maior parte do tempo está ligada à existência de uma comunidade de valores”. Essa concepção do autor está atrelada a uma comparação entre as mídias de massa e a internet, na qual as primeiras estão inscritas numa ordem mais social e cultural sobre comunicação, enquanto a segunda é regida pelas capacidades técnicas de transmissão da informação e pelas lógicas comerciais. Para Roger Silverstone (2002), é necessária uma compreensão da mídia como um processo que faz parte da vida social e cultural.

Precisamos examinar a mídia como um processo, como uma coisa em curso e uma coisa feita, e uma coisa em curso e feita em todos os níveis, onde quer que as pessoas se congreguem no espaço real ou virtual, onde se comunicam, onde procuram persuadir, informar, entreter, educar, onde procuram de múltiplas maneiras e com graus de sucessos variáveis, se conectar umas com as outras. (SILVERSTONE, 2002, p. 16-17).

Ao situar o videogame para discussão enquanto mídia deve-se levar em consideração que esse é um meio que foi criado para fins de entretenimento. Para alguns historiadores, o videogame surgiu em 1958⁷ no *Brookhaven National Laboratories*, em Nova York, nos Estados Unidos, quando o físico Willy Higinbotham⁸ desenvolveu o *Tennis for Two*, jogo que era mostrado em um osciloscópio⁹ e processado em um computador. Segundo Givanildo Reis (2005), o cientista chegou a aprimorar o jogo para um monitor de 15 polegadas, mas nunca patenteou a ideia. Desde seu surgimento, no final da década de 50, essa mídia passou por diversos processos de evolução técnica.

Robson Scarassati Bello e José Antonio Vasconcelos (2017, p.221-222) afirmam que o jogo eletrônico (videogame) surge em função do processo histórico de desenvolvimento de questões sociotecnológicas, com origens a partir do cinema e do computador, “e sua particularidade é expressa em sua relação específica entre sua forma e conteúdo, isso é, entre as estruturas de regras, a composição audiovisual, as possibilidades de interatividade e a narrativa transmitida”. Sob essa ótica, Suely Fragoso (2015, p. 195), afirma que “reconhecer os games como produtos mediáticos permite situá-los em relação a outros medias, identificando suas semelhanças e diferenças”.

Ainda na perspectiva de situar o videogame como mídia, para outros autores, como Cristiano Max Pereira Pinheiro (2006, p. 5), “essa [mídia] por sua vez tem suas bases de conhecimento divididas entre a televisão, engenharia e a computação”. Buscando argumentação em Marshall McLuhan, Pinheiro (2006) atenta para a dificuldade de estabelecer uma definição para o videogame, pois em sua evolução os meios tendem a ser comparados a outros inventos recentes. Nessa

⁷ Esta pesquisa não pretende apresentar uma história detalhada sobre o surgimento e a evolução dos videogames. Entre as inúmeras produções acadêmicas que abordam o tema sugere-se a leitura de Steven Poole (2000), Givanildo Reis (2005) e Cristiano Max Pereira Pinheiro (2007).

⁸ Willy Higinbotham foi um cientista norte-americano que integrou o Projeto Manhattan, sendo líder da divisão de eletrônicos e participando da criação da bomba atômica.

⁹ O osciloscópio é um instrumento que permite a visualização dos sinais elétricos numa tela fluorescente.

ordem, Fragoso (2015, p. 195) pondera que “um dos problemas de relacionar os games a outros meios é a facilidade com que a discussão se encaminha para questões da ordem da narrativa e se fecha nelas”. À vista disso, a dificuldade de chegar a uma definição para o videogame enquanto mídia também é posta por outros autores da área de *Games Studies*. Para Mark Wolf (2001, p. 14, tradução nossa), “diferentes aspectos, como tecnologia, artes e a natureza da experiência precisam também ser considerados”¹⁰. O autor destaca ainda que dois critérios precisam ser levados em conta no nome dessa mídia, o seu “*status* como vídeo e o seu *status* como *game* [jogo]”. Dessa forma, aqui devem ser considerados aspectos das regras do jogo, da interação com o jogo, o próprio papel do programador e do designer, a narrativa, elementos mais intrínsecos do jogador, a experiência etc. Há ainda a se considerar que “a tecnologia empregada em um jogo eletrônico ou videogame é um fator determinante do tipo de forma, conteúdo e interação que o jogo pode oferecer”¹¹ (WOLF, 2001, p. 19, tradução nossa). Seguindo a concepção de Wolf (2001), o computador também tem papel importante nesse contexto: pode se tornar um participante do jogo, pois compete a ele gerenciar as regras, mostrar visualmente os pontos e imagens no monitor, algo que ocorre por meio dos algoritmos que algum programador escreveu.

No que concerne às propostas acadêmicas para a discussão epistemológica, o embate teórico acentuado entre narratologia e ludologia presente na área de Estudos de Jogos contribuiu, de alguma forma, para limitar os avanços para o estabelecimento de uma classificação sobre o videogame (FALCÃO, 2011). Nesse sentido, a ordem estrutural, seja para pensar sobre as narrativas ou sobre sistemas de jogos, prevaleceu. Por esse viés, muitas vezes o debate se faz acerca do videogame enquanto dispositivo técnico “[...] o que, por si só, é suficiente para minimizar a importância dos sujeitos” (FALCÃO, 2011, p. 2).

No âmbito dos estudos da comunicação, pensar o videogame como mídia – para além das implicações do jogo enquanto jogo, ou seja, suas regras e especificidades e os quesitos relacionados à informática e ao design – exige pensar também na interface. No processo de evolução do videogame, “surge uma série de

¹⁰ No original: “Differents aspects, such as technology, art, and the nature of experience need also be considered in defining the term”.

¹¹ No original: “The technology used in na eletronic game or a vídeo game often is a factor in determining what kind of form, content, and interaction the game can offer”.

jogos que demonstram o quão necessário se fazia a necessidade de pensar a comunicação e as estratégias discursivas e os elementos de sedução que ela poderia fornecer a esses produtos” (PINHEIRO, 2013, p. 162).

Para tanto, a interface e a evolução dos gráficos aprimoraram a experiência dos jogadores. É sabido que na história dos videogames, a década de 1980 ficou marcada por uma explosão de novidades no mercado. Contudo, isso resultou num sucateamento, pois a quantidade de jogos eletrônicos à disposição tinha baixa qualidade de interface gráfica e acabou desagradando o público. Sob essa perspectiva, as mudanças nos *pixels* melhoraram a resolução nas telas e, para além da melhoria da interface, “durante esse desenvolvimento assistimos a uma lenta caminhada de construção de linguagem” (PINHEIRO, 2013, p. 163). Desse modo, de acordo com Pinheiro (2013), com base em Steven Poole (2000), se trata de uma interface num sentido semiótico, sobre significados em uma grande quantidade de informação.

Certamente existem diferenças simbólicas ou de imaginário na percepção de imagens produzidas com qualidades diferentes, porém, estas imagens são significadas através das sentenças narrativas visuais a partir de um pensamento de comunicação, entre diretor-autor e jogador-ator. (PINHEIRO, 2013, p. 162).

Assim, os avanços e as diferentes formas de experimentação do videogame se tornam evidentes ao longo das décadas seguintes ao seu surgimento, no fim dos anos 1950. Esse processo de evolução tecnológica pelo qual passam as diversas mídias, incluindo o videogame, pode ser compreendido sob o ponto de vista de Roger Fidler (1998) e dos princípios da mediamorfose.

2.1 OS PRINCÍPIOS DA MEDIAMORFOSE

Nesse percurso de evolução tecnológica, Roger Fidler (1998) trata da adaptação dos meios chamando esse processo de mediamorfose. A mediamorfose é uma proposta do autor para estudar a evolução dos meios, compreendendo-os de uma maneira conjunta num sistema que é interdependente e observando as relações desses meios desde seu passado. Para tanto, ao contemplar os novos meios, parte-se da premissa de que nenhum é de fato novo. “Todos requerem

vínculo com o passado”¹² (FIDLER, 1998, p. 49, tradução nossa). Segundo o autor, as mídias antigas tendem a se adaptar ou se atualizar à medida que as ferramentas evoluem, numa perspectiva constante de transformação. Sendo assim, as novas mídias digitais não surgem espontaneamente nem de modo individual. A mediamorfose é “a transformação dos meios de comunicação, geralmente trazidos pela interação complexa de necessidades percebidas, pressões competitivas e políticas e inovações tecnológicas”¹³ (FIDLER, 1998, p. 57, tradução nossa). Esse ponto de vista coincide com o que aponta Pinheiro (2006) ao contextualizar o videogame como um meio criado sobre as bases da televisão e do computador aliado à engenharia.

Compreendido dessa maneira, esse processo de evolução também pode ser chamado de “mediamorfose digital”, já que tem como principal característica a digitalização. Fidler (1998) aponta para a digitalização no sentido da produção, referindo-se à forma como os computadores reconfiguram os trabalhos de comunicação relacionados a imagens, sons, gráficos, artes visuais, textos etc. Inclui-se nessa ordem, ainda, a redução do tempo na execução das atividades. Conforme o autor, outras modificações estão relacionadas às mudanças no ambiente de trabalho nesse setor: “os que dominavam os sistemas de computação e podiam produzir infografia foram rapidamente promovidos a postos relativos dentro dos departamentos de notícias e das sessões especiais”¹⁴ (FIDLER, 1998, p.30, tradução nossa).

Contudo, essas novas configurações, tanto no ambiente de trabalho quanto nas formas de produção do conteúdo, passam por alguns critérios. De acordo com Fidler (1998), a adoção de novas tecnologias está sujeita à “Regra dos 30 anos de Saffo¹⁵”, que estabelece cinco atributos que determinam o grau de adoção dessas novas tecnologias pelas pessoas: (1) vantagem relativa; (2) compatibilidade; (3) complexidade; (4) confiabilidade e (5) visibilidade. Numa configuração para essa

¹² No original: “Todas requirieron vínculos com el pasado”.

¹³ No original: “La transformación de los medios de comunicación, generalmente por la compleja interacción de las necesidades percibidas, las presiones políticas y de la competencia, y las innovaciones sociales y tecnológicas”.

¹⁴ No original: “los que dominaban los sistemas de computación y podían producir infografías fueron rápidamente promovidos a puestos codiciados dentro de los departamentos de noticias y en las secciones especiales”.

¹⁵ A “Regra dos 30 anos de Saffo” é um estudo proposto por Everett Rogers (1986), que criou a Teoria da Difusão. Nesse sentido, busca uma explicação para o processo pelo qual se adotam e implementam inovações em uma sociedade (FIDLER, 1998, p. 42-43).

regra, a nova tecnologia se apresenta na primeira década com muita expectativa, perplexidade e penetração insuficiente; na segunda década, com muito fluxo e penetração do produto na sociedade de maneira ainda incipiente; e na terceira década, a nova tecnologia é considerada padrão.

Para a “Regra dos 30 anos” e os cinco atributos, a chegada do *smartphone* é tida como um exemplo. Aqui, também se acrescenta esse dispositivo no contexto dos *games*. Pelo primeiro atributo, a vantagem relativa percebida pelas pessoas na relação *smartphone versus* telefone provém da mobilidade – se usos de fios, o aparelho oferece a liberdade para receber ou fazer uma chamada sem estar no escritório e até mesmo para jogar *games* – e das características físicas, como tamanho e peso, que permitem guardar o *smartphone* no bolso. “Os telefones celulares dão uma sensação de maior conveniência e segurança”¹⁶ (FIDLER, 1998, p. 44, tradução nossa). O segundo atributo, a compatibilidade, se dá na possibilidade de ligação, sem grandes dificuldades, entre *smartphones* e telefones. No caso dos *games*, há possibilidade de jogar on-line com diversas pessoas de qualquer lugar. O terceiro atributo, a complexidade, é considerada de baixo grau, pois é possível utilizar o *smartphone* com técnicas já conhecidas pelas pessoas que usam o telefone. O quarto atributo, a confiabilidade, no caso dos *smartphones*, passou por um período de dificuldades e desconfianças até que a maioria das regiões tivesse cobertura. As questões relacionadas à segurança dos dados e privacidade também trouxeram preocupações. E por fim, o quinto atributo, a visibilidade, se dá no momento em que muitas pessoas começam a visualizar aquela nova tecnologia. Com base na “Regra dos 30 anos” quanto mais pessoas utilizam “tanto mais é provável que alguém adote ou troque sua atitude acerca de sua necessidade de adotar a tecnologia”¹⁷ (FIDLER, 1998, p. 45, tradução nossa). Isso ressalta a importância dos primeiros usuários e as estratégias de marketing que estão envolvidas. Nessa perspectiva, é válido ainda observar os dados da Pesquisa Brasil Game 2019¹⁸. O estudo, realizado pela internet entre os dias 5 e 8 de fevereiro daquele ano, com a participação de 3.251 pessoas, mostra que 83% utilizam o *smartphone* para jogar *games*.

¹⁶ No original: “Los teléfonos celulares dan una sensación de mayor conveniencia y seguridad”.

¹⁷ No original: “tanto más probable es que alguien la adopte o cambie su actitud acerca de su necesidad de adoptar la tecnología”.

¹⁸ Disponível em: <https://bit.ly/3bgfmtG>. Acesso em: 2 mar. 2020.

Contudo, Fidler (1998, p. 51-52) acrescenta que a “Regra dos 30 anos” explica parcialmente a adoção de tecnologias emergentes. O autor observa que, segundo os estudos de Brian Winston (1995)¹⁹, há a perspectiva cultural no que concerne à “história das tecnologias dos meios”. Não obstante, para Winston (1995) o processo de adoção de novas tecnologias comporta também as forças sociais, econômicas e políticas. Há também uma questão de oportunidade e ainda a concepção de que as pessoas não adotam as inovações por mérito tão somente da tecnologia. Isso pode ser observado na história dos games. A década de 1980 é marcada por uma explosão de opções de jogos, até chegar ao ponto de saturação. Depois, a retomada acontece com os investimentos de empresas como Nintendo e Sony, que reaquecem o mercado com inovações. Destaca-se também o papel dos governos asiáticos, em especial o da Coreia do Sul, que investem em tecnologia numa verdadeira disputa econômica com os norte-americanos. Esses investimentos em pesquisa e tecnologia ocasionam mudanças significativas para os jogos eletrônicos e resultam em novidades como o uso de CDs ao invés de cartuchos para os consoles de videogame.

A fim de explicitar a maneira pela qual todos os meios de comunicação devem ser observados, Fidler (1998) apresenta os seis princípios da mediamorfose e afirma que os novos meios não se desenvolvem em si mesmos, mas se “transformam” a partir de algo já existente, e assim coexistem, em vez de serem sequenciais por natureza. O primeiro princípio, coevolução e coexistência, propõe que todos os meios de comunicação existentes evoluem juntos em um sistema expansivo e complexo. Nesse sentido, velhas formas influenciam novas formas. A metamorfose é o segundo princípio, que determina que novos meios emergem gradativamente de outros e a tendência é que os velhos meios se adaptem e continuem evoluindo ao invés de desaparecer. O terceiro princípio, a propagação, estabelece que meios de comunicação emergentes retêm e espalham traços dominantes dos primeiros meios. O quarto princípio consiste na sobrevivência e está relacionado à adaptação e evolução dos meios para sobreviver. Se não houver sobrevivência, a alternativa é morrer. O quinto princípio trata da oportunidade e da necessidade, ou seja, os novos meios precisam ser uma oportunidade de mercado e

¹⁹ Brian Winston (1995). How are media born and developed? In: **Questioning the media: a critical introduction** [2nd ed.]. Sage Publications, Thousand Oaks, CA, pp. 54-74.

estar aliados à motivação social, política e econômica. Por fim, o sexto princípio, chamado por Fidler (1998) de adaptação atrasada. Isso significa que as novas tecnologias sempre levam mais tempo que o esperado para ter sucesso comercial – em geral, um período de 20 a 30 anos até a sua plena adoção.

A mediamorfose se processa sobretudo na comunicação humana. Fidler (1998) enumera três grandes transformações: a língua falada, a língua escrita e a língua digital²⁰. No primeiro momento da comunicação, a língua falada é ponto central na nossa cultura, pois é por meio da comunicação interpessoal que se formam grupos sociais, de significação, a capacidade de troca e de controle de informação com qualidades também de sobrevivência. Na língua escrita, que foi o “agente de troca mais integral para a definição da civilização tal como conhecemos hoje”²¹ (FIDLER, 1998, p. 108, tradução nossa), está o domínio das tecnologias de documentação. Nota-se que essa nova forma evolui dos símbolos e das pinturas sobre pedras das antigas civilizações. Num terceiro momento, que de acordo com Fidler (1998) tem início no século XIX, quando do surgimento da eletricidade, a comunicação passa pela invenção do telégrafo elétrico. Assim emerge a língua digital e números se transformam em códigos que facilitam a comunicação entre máquinas e seus componentes. À vista disso, é possível vislumbrar as novas tecnologias que usam a linguagem digital e o aumento das interações humanas (FIDLER, 1998). Sob essa perspectiva das interações, mais uma vez, a interface deve ser considerada, pois é ela que estabelece a conexão entre dois sistemas, permitindo uma troca.

Pensar na evolução tecnológica dos videogames é reconhecer que há uma forma de se comunicar que tem a interface como um aspecto importante. É necessário destacar ainda que “o videogame, assim como o cinema, que é uma mídia de entretenimento, também está desenvolvendo processos complexos de

²⁰ Roger Fidler dirige-se diretamente à tradição oral. No entanto, outros autores consideram a arte rupestre como formas de expressão capazes de transmitir pensamento simbólico que antecipam a linguagem. “O pensamento simbólico desenvolvido em humanos levou a uma rápida inovação tecnológica, artes visuais sofisticadas e linguagem” (MIYAGAWA; LESURE; NÓBREGA, 2018, p. 6, tradução nossa). No original: “The symbolic thinking that developed in humans led to rapid technological innovation, sophisticated visual arts, and language”. MIYAGAWA, Shigeru; LESURE, Cora; NÓBREGA, Vitor A. Cross-modality information transfer: a hypothesis about the relationship among prehistoric cave paintings, symbolic thinking, and the emergence of language. **Frontiers in Psychology**, v. 9, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00115/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

²¹ No original: “el agente de cambio más integral para la definición de la civilización tal como la conocemos hoy”.

produção de roteiros e técnicas visuais” (PINHEIRO, 2006, p. 9). A chegada dos roteiros conduz a narrativa que trará um algo a mais para a experiência do jogador. Dessa forma, pode-se dizer que “a narrativa é um dos nossos mecanismos cognitivos primários para a compreensão do mundo” (MURRAY, 2003, prefácio). À vista disso, no contexto de mercado, a Nintendo foi pioneira nesse sentido ao lançar o jogo Mario Bros²², o primeiro com personagens – Mario e Luigi – e uma história.

A interface também comporta os dispositivos de interação, como controles e equipamentos. “É na interface que as diversas mudanças vão se declarar e unir-se ao sistema de ludus²³ eletrônico que os programadores desenvolveram” (PINHEIRO, 2013, p. 163). Ao situar o videogame nesse contexto de avanços tecnológicos, observa-se ainda outros meios, como o CD-ROM, que outrora permitiu ao jogador uma experiência de jogo com ambientes muito mais complexos que os disponíveis anteriormente, e em dado momento foi superado por novas possibilidades, como a de jogar on-line. Além disso, a interatividade com o conteúdo, interações com e entre jogadores, – características que sempre se fizeram presentes nessa mídia –, se tornam evidentes diante dos mais variados gêneros de jogos on-line que estão à disposição no mercado, como MMORPG²⁴ (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*), MOBA²⁵ (*Multiplayer Online Battle Arena*), FPS²⁶ (*First Person Shooter*), *Battle Royale*²⁷, entre outros. Esses tipos de jogos permitem uma relação homem/meio com experiência imersiva. É importante destacar ainda que alguns gêneros de jogos on-line são jogados em equipe e em tempo real e a comunicação entre os jogadores é fundamental para o andamento do jogo. Nesse sentido, “na medida em que as redes e novos métodos tecnológicos permitem avanços comunicacionais no estatuto do jogo digital, novas formas sociais de comunicação e hábitos vão surgindo” (PINHEIRO, 2007, p. 23). Podemos citar como exemplo o

²² O jogo Mario Bros foi criado em 1983 pelo designer japonês Shigeru Miyamoto para a Nintendo.

²³ De acordo com Johan Huizinga (2000), o termo *ludus* deriva, no latim, de *ludere* e é utilizado para se referir a jogo. “Embora *ludere* possa ser usado para designar os saltos dos peixes, o esvoaçar dos pássaros e o borbulhar das águas, sua etimologia não parece residir na esfera do movimento rápido, e sim na da não-seriedade, e particularmente na da ‘ilusão’ e da ‘simulação’” (HUIZINGA, 2000, p.29).

²⁴ MMORPG é um gênero de jogo eletrônico que reúne jogadores online de maneira massiva e em que cada jogador escolhe um papel a ser interpretado.

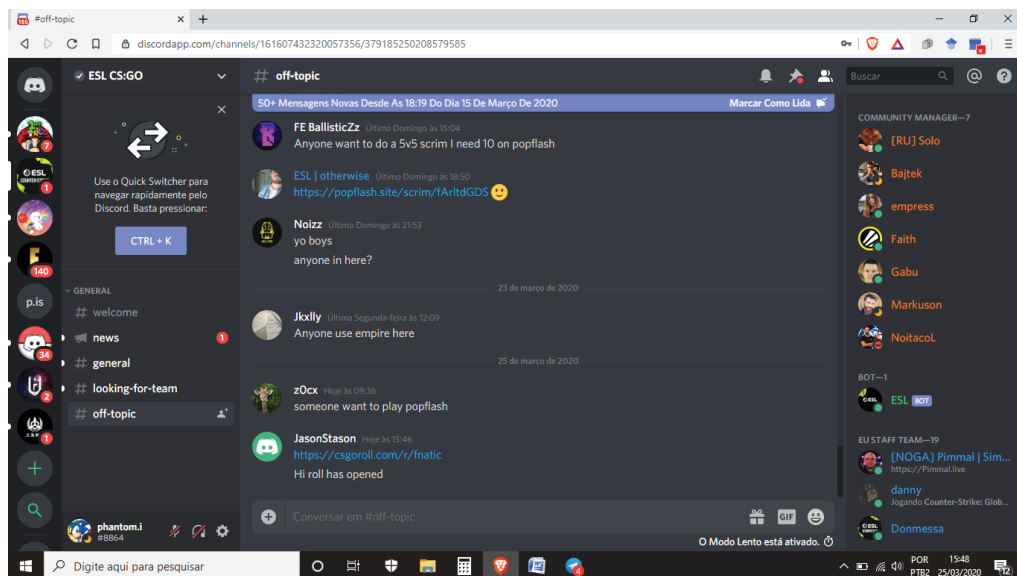
²⁵ MOBA é um gênero de jogo eletrônico no formato arena de batalha multijogador on-line. A principal característica é a presença de dois times que se enfrentam na arena.

²⁶ FPS é um jogo eletrônico de tiro em primeira pessoa. Alguns jogos permitem a formação de equipe de cinco jogadores que duela contra a equipe inimiga.

²⁷ Battle Royale é um gênero de jogo eletrônico de sobrevivência e estratégia. Consiste num grande desafio contra muitos jogadores, cujo vencedor é o último sobrevivente da partida.

surgimento de plataformas específicas de comunicação para os jogadores, como o Discord, que serve para criação de comunidades, troca de mensagens entre amigos e para fazer chamadas em grupo. A FIGURA 1 mostra a interface de uma das salas do canal ESL CS:GO. Mais detalhes sobre a plataforma Discord estão descritos no capítulo dos resultados, na seção 5.2.

FIGURA 1 – INTERFACE CANAL ESL CS:GO



FONTE: Reprodução Discord App.

Interface da sala #off-topic do canal ESL:CS:GO

Nessa perspectiva, o *gameplay*, “processo de interação que envolve o jogador, o jogo e os diversos artefatos de mediação entre eles” (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 61), bem como as interações com outros jogadores devem ser considerados. Portanto, situar o videogame como mídia em uma perspectiva dos estudos da Comunicação torna-se uma tarefa complexa, dadas as especificidades do meio, que pode ser observado do ponto de vista do seu potencial técnico, da ordem instrumental, do *hardware* e *software*, das relações com interface, ou ainda sob a ótica da relevância de seu conteúdo, da narrativa, do jogo – pautado pelas regras, estética, linguagem e seus significados –, do *gameplay*, de estudos relacionados à IHC (Interação Humano-Computador) e de interações que ocorrem para além do jogo. Dessa forma, os estudos da área de *Game Studies* são fundamentais para uma melhor compreensão desse contexto.

2.2 A PERSPECTIVA DOS *GAME STUDIES*

A área de *Game Studies* abrange os Estudos de Jogos, e não somente os jogos digitais. Nessa área do saber, uma das primeiras questões de debate é: o que é um jogo. Para uma compreensão a esse respeito, alguns pesquisadores destacam a importância de reconhecer o jogo como artefato sociotécnico. “Isso levanta imediatamente a questão sobre o que diferencia os jogos de outros produtos culturais, como as obras literárias, peças de teatro, filmes ou séries de TV, por exemplo” (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 8). De acordo com as autoras, essa diferenciação pode ser estabelecida pelo potencial narrativo, que é compreendido como a “capacidade de modificar o equilíbrio de forças dos elementos do jogo” (FRAGOSO; AMARO, 2018, 2018, p. 8), uma vez que nem todos os jogos são dotados de uma possibilidade de interferência do jogador na narrativa, ao mesmo tempo em que nem toda a narrativa interativa é um jogo²⁸. Outro ponto que pode caracterizar uma diferenciação do jogo em relação a outros produtos culturais é o sistema de regras.

Emprestamos de Suits (2005) a ideia de exemplificar com o jogo de Xadrez, em que é fisicamente possível mexer a peça que representa o cavalo na diagonal através de todo o tabuleiro para dar um xeque-mate, mas o jogador não o faz porque esse movimento só é permitido para os bispos. (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 12).

Alguns autores da área de *Game Studies*, como Jesper Jull (2000) também apontam para o sistema de regras como um aspecto que pode definir os jogos.

²⁸ Nesse sentido, a narrativa interativa é aquela que depende da ação do usuário para acontecer. Esse usuário – que pode ser compreendido como leitor, internauta, espectador ou interagente – interfere ou altera de alguma maneira a história. Há de se considerar ainda que a narrativa interativa pode ou não ser ficcional. A narrativa interativa digital permite um envolvimento físico do usuário e estará atrelada à experiência. De acordo com Murray (2003), nesse contexto emergem três categorias estéticas das narrativas: a imersão, a agência e a transformação. A imersão é a maneira como a narrativa nos transporta para outros mundos sem sair do lugar. A agência se dá na capacidade de interferir na história e participar dos resultados. Já a transformação está relacionada à liberdade de fazer escolhas e mudanças nas formas e nos conteúdos digitais.

O que é um jogo? Esta é realmente uma boa pergunta. Vou arriscar meu pescoço, chegando a uma definição simples de dois pontos. Um jogo é um passatempo com um conjunto formal e predefinido de regras para a progressão de uma sessão de jogo, com definições integradas e quantitativas de sucesso e fracasso²⁹. (JULL, 2000, não p., tradução nossa).

Essas duas concepções para pensar o jogo – pela sua capacidade de modificação do equilíbrio de forças dos elementos do jogo (FRAGOSO; AMARO, 2018), ora compreendido como potencial narrativo (MURRAY, 2003), e/ou por seu sistema de regras (CAILLOIS, 2001) – se tornaram os principais caminhos de investigação nos Estudos de Jogos.

Nas duas primeiras décadas do século XX, havia três eixos de estudos sobre o jogo, sendo dois associados à infância (considerando o papel do jogo em culturas primitivas e o jogo como ferramenta educativa) e o terceiro eixo ligado aos esportes (FRAGOSO; AMARO, 2018). É a partir da década de 30 que surgem os principais autores que servem como alicerce para diversos estudos de jogos com viés sociológico. Johan Huizinga, Roger Caillois e Hans-Georg Gadamer trazem abordagens aproximando o jogo da área das humanidades, incluindo a Antropologia, a História, a Filosofia, a Sociologia e a Comunicação. Nessa perspectiva, os pilares da área de *Game Studies* surgem em uma organização multidisciplinar. Há de se destacar ainda que em meados de 1940 surge a Teoria dos Jogos (*Game Theory*), com base matemática.

A Teoria dos Jogos é dedicada à formulação de modelos matemáticos para a decisão de problemas complexos, que podem ser descritos como “situações com caráter de jogo”. Na nomenclatura da Teoria dos Jogos, as pessoas com poder de decisão são chamadas de “jogadores”, as decisões possíveis são “estratégias” e os resultados são “recompensas”. (FRAGOSO; AMARO, 2018, p.15).

Estudar o jogo por meio da Teoria dos Jogos permite mostrar que dentro de uma partida há infinitas possibilidades matemáticas, além da concepção de ganhar ou perder. De acordo com Fragoso e Amaro (2018), formas mais elaboradas dessa

²⁹ No original: “What is a game? This is a really good question. I'll risk my neck by coming up with a simple two-point definition. A game is a pastime with formal and predefined set of rules for the progression of a game session, with built-in and quantitative definitions of success and failure”.

teoria, considerando o número de jogadores e estratégias envolvidas³⁰, costumam ser aplicadas a outras áreas, como economia, direito, biologia, entre outras.

Já o historiador e linguista holandês Johan Huizinga surge como expoente da abordagem cultural ao apresentar sua obra *Homo Ludens*, publicada em 1938. O autor aponta que o jogo não faz parte da cultura, mas é a própria cultura. “Encontramos o jogo na cultura, como um elemento dado existente antes da própria cultura, acompanhando-a e marcando-a desde as mais distantes origens até a fase de civilização em que agora nos encontramos” (HUIZINGA, 2000, p. 7). É Huizinga quem apresenta o conceito de “círculo mágico”, segundo o qual o jogo acontece conforme suas regras, hierarquia, valores e em tempo e espaço definidos que não são iguais aos da vida social.

A arena, a mesa de jogo, o círculo mágico, o templo, o palco, a tela, o campo de tênis, o tribunal etc., têm todos a forma e a função de terrenos de jogo, isto é, lugares proibidos, isolados, fechados, sagrados, em cujo interior se respeitam determinadas regras. Todos eles são mundos temporários dentro do mundo habitual, dedicados à prática de uma atividade especial. (HUIZINGA, 2000, p. 11).

O sociólogo francês Roger Caillois visita os conceitos de Huizinga no livro *Os jogos e os homens*, lançado em 1958. Em alguns momentos, o autor concorda com Huizinga e em outros, mostra um olhar diferente. “Todo jogo é um sistema de regras que definem o que é o que não é do jogo, ou seja, o permitido e o proibido” (CAILLOIS, 2001, p. 11). É Caillois quem apresenta a ideia de *paidia* e *ludus* para uma classificação dos jogos. A *paidia* seria o jogar de maneira livre, como brincadeira e diversão. Já o *ludus* está relacionado ao jogo como um sistema de regras. “O próprio autor faz notar que essa diferenciação entre *paidia* e *ludus* não é rígida, havendo jogos que se situam na fronteira entre uma classificação e a outra” (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 21).

Outro importante autor para a área de *Game Studies* é o filósofo alemão Hans-Georg Gadamer. Com destaque para o campo da hermenêutica no livro

³⁰ “É nessas formas mais elaboradas que a Teoria dos Jogos costuma ser aplicada a áreas como economia, urbanismo, biologia e direito, por exemplo, respectivamente, para a compreensão da interdependência dos oligopólios, para a otimização de implementação de infraestrutura urbana, para a compreensão da competição, colaboração e altruísmo na evolução das espécies e para calcular os benefícios e limites de mecanismos como adulação premiada.” (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 18).

Verdade e método, de 1960, o filósofo traz contribuições para o jogo enquanto experiência estética. “O sujeito do jogo não são os jogadores, porém o jogo, através dos que jogam, simplesmente ganha representação” (GADAMER, 1999, p. 109). O trabalho de Gadamer se aproxima das ideias de Johan Huizinga. Nesse sentido, para Fragoso e Amaro (2018), existem avanços e refinamentos em relação aos conceitos apresentados, uma vez que Gadamer

supera a oposição entre a seriedade e o jogo que atravessa o pensamento de Huizinga e propõe uma relação mais elaborada, segundo a qual existe uma seriedade própria do jogo, que vigora no interior do círculo mágico. (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 23).

Reforçando a característica multidisciplinar, outras áreas do saber também trazem contribuições significativas para estudar o jogo, como a Psicologia e a Educação. No entanto, tendo em vista os avanços tecnológicos em nossa sociedade, “se o jogo é a pedra fundamental da cultura e da experiência humana, devemos olhar para que tipos de jogos estamos jogando agora e como os jogamos para que possamos compreender a nós mesmos e a nosso contexto” (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 24).

Os avanços tecnológicos, especialmente a chegada dos computadores, impõem novos desafios para a área de Estudos de Jogos, e trazem outra perspectiva para as pesquisas acadêmicas, posto que os estudos de jogos clássicos não conseguem mais dar conta da nova realidade. Segundo Espen Aarseth (2001), esse é o momento em que surge o Estudo de Jogos de Computador (*Computer Game Studies*).

Para alguns de nós, os jogos de computador já são um fenômeno de maior importância cultural que, digamos, filmes, ou talvez até esportes. Visto de 2001, o(s) papel(eis) cultural(ais) potencial (ais) dos jogos de computador no futuro é praticamente insondável. Parece claro que estes jogos, especialmente os jogos multi-player, combinam a estética e o social de uma maneira que os antigos meios de comunicação de massa, como teatro, filmes, programas de TV e romances, nunca puderam³¹. (AARSETH, 2001, não p., tradução nossa).

De acordo com Fragoso e Amaro (2018), a terceira onda de Estudos de Jogos é identificada por Jesper Juul (2001). Conforme esse autor, na primeira onda os estudos estão relacionados a questões lógico-matemáticas, com base na Teoria dos Jogos; na segunda onda surgem estudos com viés de ordem psicológica e social e a terceira onda agrega aos jogos conceitos de lógica e de representação, apresentando um avanço ao observar as formas de jogar (FRAGOSO; AMARO, 2018). Sobre essa concepção, as autoras fazem uma crítica ao trabalho de Juul (2001), apontando duas fragilidades na classificação das “três ondas”. A primeira delas refere-se ao fato de Juul desconsiderar a existência de duas vertentes relacionadas às especificações lógicas-matemáticas nos jogos, ou seja, as que explicam e as que aplicam a Teoria dos Jogos. A segunda crítica se faz sobre a ausência de textos de cunho histórico e aos que tratam os jogos como esporte. “Textos como esses não se encaixariam em nenhuma das três ondas” (FRAGOSO, AMARO, 2018, p. 27).

Em outra caracterização da área de Estudos de Jogos, Aarseth (2006) identifica cinco tradições de pesquisa: Teoria dos Jogos, Psicologia e Pedagogia, Educação, História e Filosofia do Esporte.

Naquele momento, Aarseth (2006) identificava o diferencial dos Game Studies na especificidade com que se referem ao objeto de estudo (os jogos como entretenimento e a experiência de jogar) e na multidisciplinaridade caracterizada em suas bases teóricas mais amplas e variadas do que as de qualquer uma das cinco vertentes mencionadas por ele. (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 28).

³¹ No original: “To some of us, computer games are already a phenomenon of greater cultural importance than, say movies, or perhaps even sports. Seen from 2001, the potential cultural role(s) of computer games in the future is practically unfathomable. It seems clear that these games, especially multi-player games, combine the aesthetic and the social in a way the old mass media, such as theatre, movies, TV shows and novels never could”.

É importante destacar ainda que conforme Fragoso e Amaro (2018), muitos autores, como Juul e Aarseth, compreendem a necessidade de formação de uma nova área do saber para a área de *Game Studies* e, ao mesmo tempo, reconhecem dificuldades para concretizar essa proposta. Um dos desafios está na característica multidisciplinar dos jogos, que precisa ser mantida. De acordo com Fragoso e Amaro (2018, p. 29) “a multidisciplinaridade é uma característica necessária para a análise dos jogos, mas por outro [lado], a realidade das pesquisas acadêmicas atuais não motiva essa abordagem”. Ainda nessa perspectiva, é notório que a existência de uma cisão nas abordagens entre autores que entendem que os *Game Studies* devem ser conduzidos com base na narrativa (narratologia) e aqueles que veem na ludologia (sistema de regras) uma alternativa mais completa comprometeu, que de certo modo, os avanços na academia.

A defesa a tal corrente, abertamente devota às dimensões narrativas de um game em detrimento dos sistemas que se formam a partir das características de jogo, provou ser uma tarefa hercúlea, desencadeando um embate acadêmico que ainda hoje estigmatiza os estudos dos jogos eletrônicos: o da dita dicotomia narratologia-ludologia, na qual cada uma das abordagens privilegia um aspecto estrutural dos games – aspectos do sistema de regras ou aspectos narrativos. (FALCÃO, 2011, p. 146).

A narratologia compreende os jogos a partir do seu potencial de contar histórias e tem como alicerce as teorias literárias, passando por autores como Tzvetan Todorov e Mikhail Bakhtin – os quais não tinham os jogos como foco. Um dos primeiros autores considerados narrativistas é Brenda Laurel³², quem com a tese “Computer as Theatre” aponta para a utilização dos computadores como possibilidade de interação em mundos virtuais. Segundo Mariana Amaro (2016),

A perspectiva dos narrativistas acredita que jogos digitais são muito diferentes dos jogos tradicionais devido à presença de elementos narrativos nos primeiros (como cutscenes, textos, personagens e o próprio mundo de jogo). Logo, nessa perspectiva, dar ênfase ao caráter representacional que os games apresentam seria uma forma de distanciar os games dos estudos de jogos clássicos e, por isso, o contexto lúdico é considerado menos importante. (AMARO, 2016, p. 33).

³² Brenda Laurel é pesquisadora e consultora na área de mídia interativa desde a década de 1970. Entre seus principais trabalhos estão os estudos sobre desenvolvimento da realidade virtual e uma das principais publicações é o livro **Computer as Theatre** (1991).

Entre outros autores considerados narrativistas estão Janet Murray (1997; 2003), autora de *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*, que trata do computador, do ambiente interativo e sua capacidade de contar histórias. Para Murray (2003, prefácio) “a narrativa é um dos nossos mecanismos cognitivos primários para a compreensão do mundo. É também um dos modos fundamentais pelos quais construímos comunidades [...]”. No entanto, essa corrente de estudos é criticada por autores como Aarseth (2001, 2003, 2012), Juul (2000, 2001) e Frasca (1999), entre outros, que compreendem que os jogos devem ser estudados a partir das características lúdicas (ludologia) e não pela narrativa, que aproximaria os jogos do cinema e dos livros. A corrente dos ludólogos defende que os estudos devem estar no jogar e nas atividades do jogo. “Vamos propor o termo ludologia (de ludus, a palavra latina para ‘jogo’), para referir-se à ainda inexistente ‘disciplina que estuda atividades de jogo e brincadeira’”³³ (FRASCA, 1999, não p., tradução nossa). Essa linha compreende o jogo como sistema de regras que são bem definidas e podem ser “jogadas” por diversos jogadores. Frasca (1999) mostra um esquema em que o jogo pode ser visualizado, com início, desenvolvimento e resultado.

O jogo em si é jogado durante o desenvolvimento. O Começo é um passo anterior, em que as regras são definidas e aceitas pelos jogadores. O Resultado é a etapa final, na qual, de acordo com as regras, um vencedor e/ou perdedor são designados³⁴. (FRASCA, 1999, não p., tradução nossa).

Essa cisão entre narrativistas e ludólogos permite diversas discussões que muitas vezes parecem distanciar as diferentes correntes.

³³ No original: “We will propose the term ludology (from ludus, the Latin word for “game”), to refer to the yet non-existent “discipline that studies game and play activities

³⁴ No original: “The game itself is played during the development. The Beginning is a previous step, where the rules are defined and accepted by the players. The Result is the final step, where, according to the rules, a winner and/or loser are designated”.

Para ludologistas como Juul e Aarseth, um enredo faz uma história e regras fazem um jogo, e nunca os dois se encontrarão. Além disso, os ludologistas argumentam que os jogadores não se identificam com seus avatares no mundo dos jogos, como os leitores ou espectadores de uma narrativa se identificam com os personagens principais de uma história³⁵. (SIMON, 2007, não p., tradução nossa).

Apesar do embate entre as duas correntes, é possível reconhecer uma aproximação entre a narratologia e a ludologia no sentido de analisar o jogo como um todo, desde o *gameplay*³⁶ até as estruturas narrativas e vice-versa (AMARO, 2016). Ademais, essa concepção de junção entre as duas correntes é compreendida por Fragoso e Amaro (2018) como uma quarta onda, complementando a proposta de Juul (2001). Conforme as autoras, a quinta onda está na superação dos limites dos Estudos de Jogos, que vão além dos jogos digitais, contemplando os jogos de cartas, de tabuleiro etc., que vão enaltecer a importância dos fatores “além da tela” na experiência dos jogos digitais.

A retomada dos jogos de mesa como objetos empíricos foi um passo importante para o avanço de estudos sobre os aspectos materiais dos jogos e seus possíveis agenciamentos, perspectivas que começam a ser aplicadas também aos jogos digitais. (FRAGOSO; AMARO, 2018, p. 42).

Esta sessão buscou contextualizar, de modo muito resumido, o cenário de *Game Studies*. É necessário destacar que com a quantidade de jogos à disposição no mercado e as constantes novidades, são crescentes os esforços acadêmicos para estudar as especificidades dos games e existe hoje uma rica literatura a respeito. Em vista da multidisciplinaridade da área, e frente aos objetivos da presente pesquisa, a próxima sessão retoma os jogos enquanto objetos de estudos da Comunicação, para posteriormente focar nas interações comunicativas.

2.2.1 A comunicação em jogo

³⁵ No original: “For ludologists like Juul and Aarseth a plot makes a story and rules make a game, and never the twain shall meet. Moreover, ludologists argue that game players do not identify with their avatars in the gameworld as readers or spectators of a narrative do with the main characters of a story”.

³⁶ O *gameplay*, muitas vezes empregado como sinônimo de jogabilidade, trata dos processos interacionais existentes entre o jogador e o jogo e os artefatos de mediação (FRAGOSO; AMARO, 2018).

Por se tratar de um tema multidisciplinar, diversas são as áreas que têm os jogos como objetos de estudo. No entanto, pesquisadores de *Game Studies* observam que há poucos avanços na área, numa crítica segundo a qual muitos estudos tomam os jogos como mero coadjuvantes para reforçar teorias já existentes. Nesse sentido, no que tange às pesquisas brasileiras, “[...] não é difícil perceber que os games vêm garantindo seu espaço entre os estudiosos da Comunicação no país, e se tornando um dos campos de estudo primordiais para o pensamento contemporâneo sobre a Cibercultura” (PERANI, 2014, p. 2). Ainda de acordo com Letícia Perani (2014), os métodos utilizados poucas vezes discutem os jogos como objetos comunicacionais.

Numa tentativa de aproximação dos jogos com os estudos da Comunicação, Cristiano Max Pereira Pinheiro (2007) aponta que as teorias de comunicação, os modelos de interação e os jogos digitais possuem um conceito em comum: o de sistema. “O sistema aparece como chave para diversas teorias e o jogo, como demonstrado anteriormente, parece exercer uma função dupla, entre sistemas matemáticos e relacionais” (PINHEIRO, 2007, p. 23). Para o autor, considerando o modelo matemático da informação, o *feedback*, com papel interativo no ato comunicativo, também está presente nos jogos digitais. Essa concepção é explicitada por Pinheiro (2007) numa comparação com outras máquinas³⁷ que possuem sistemas de regras baseadas em uma lógica computacional cujas ações estão previstas. Nesse contexto emerge ainda uma perspectiva interacionista, segundo a qual a ação do jogador por meio de aparatos técnicos conduz a um determinado caminho previamente programado. Ao aproximar esse conceito dos estudos das interações no campo social, o jogador pode ser compreendido como a caracterização do agente da ação social proposta por Max Weber, a qual envolve ações e também reações. Nesse aspecto, esse agir particular do sujeito-jogador é conduzido por um sentido – no caso, as regras do jogo ou sistema.

A partir dos avanços tecnológicos – mediamorfose (FIDLER, 1998) –, que permitiram o lançamento de novos tipos de jogos digitais no mercado, Pinheiro (2007) destaca a necessidade de se pensar na comunicação e também nas

³⁷ Um exemplo citado por Pinheiro (2007) são as máquinas de latas de refrigerantes. Se for colocada a quantidade correta de moedas, ao se apertar o botão, o sistema fornece a lata. Se houver erro, há a opção de devolução das moedas. “Todas essas reações foram previstas, e preparadas para serem atendidas. Nos jogos digitais o princípio é o mesmo” (PINHEIRO, 2007, p. 21).

estratégias discursivas para os videogames, que são produtos desenvolvidos, inicialmente, por programadores. “Qual a diferença entre um jogo nesse novo contexto e um outro, onde a comunicação até se dava, mas por uma construção de profissionais de outros campos?” (PINHEIRO, 2007, p. 144). O autor faz considerações a respeito das imagens que são significadas por meio das “sentenças narrativas visuais”, evidenciando a comunicação que ocorre entre “diretor-autor e jogador-ator”.

No âmbito da comunicação em jogo, tal qual para os jogos digitais, a retórica e as contribuições dos estudos da semiótica também são evidenciadas por autores como Aki Järvinen. O autor dedica parte de sua tese, intitulada “Games without frontiers: Theories and Methods for Game Studies and Design”³⁸ e defendida no ano de 2007, para a relevância do campo da semiótica, tratando das funções essenciais que qualquer sistema de comunicação deve ter.

As partes da comunicação em um jogo são o sistema de jogo, que incorpora os sinais e modos que os designers do jogo implementaram nele, elementos sistêmicos e compostos e os jogadores como um elemento comportamental que interage com o sistema, operando e interpretando o sistema de jogo como um sistema de informação e significado³⁹. (JÄRVINEN, 2007, p. 280, tradução nossa).

Sob esse viés, a interface se torna importante no que se refere ao *game design*. Com a evolução dos jogos digitais, padrões de usabilidade relacionados tanto ao design de interface quanto ao de interação em um sistema são fundamentais para determinar sua eficiência (BARBOSA; SILVA, 2010). Nesse sentido ainda, “é na interface que as diversas mudanças vão se declarar e unir-se ao sistema de ludus eletrônico que os programadores desenvolveram” (PINHEIRO, 2007, p. 145). Ademais, nesse contexto, a interface comunicativa e conceitos relacionados à Interação Humano-Computador (IHC) são elementos essenciais para a compreensão da comunicação em jogo.

³⁸ Em tradução livre, “Jogos sem fronteiras: teorias e métodos para estudos de jogos e design”.

³⁹ No original: “The parties of communication in a game are the game system, which embodies the signs and modes the game designer(s) has implemented into it, systemic and compound elements, and players as a behavioural element who interact with the system, thus operating and interpreting the game system as a system of information and meaning”.

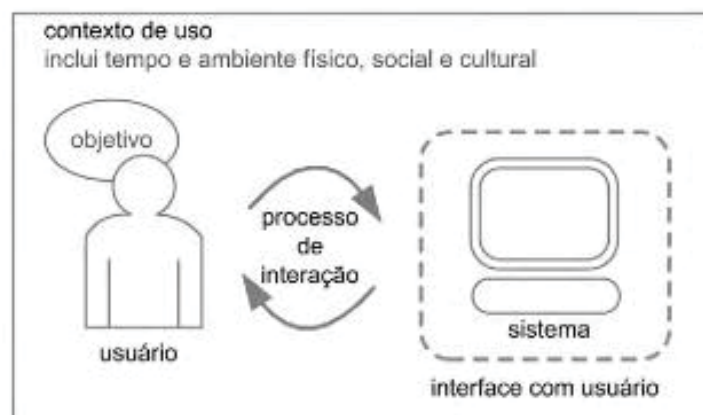
2.2.2 A interface comunicativa

O conceito de interface está relacionado com a ideia de conexão entre duas partes, seja essa conexão física ou funcional. Na área de informática, a interface se refere a componentes que permitem que o usuário se comunique com um computador. No entanto, para se tornar eficaz essa conexão depende do uso de aspectos fundantes de diversas áreas do saber.

Áreas como Psicologia, Sociologia e Antropologia contribuem para aquisição de conhecimento sobre a cultura e o discurso dos usuários e sobre seus comportamentos no ambiente onde realizam suas atividades, sejam elas individuais ou em grupo. A definição da interface com usuário faz uso de conhecimentos e técnicas de áreas como: Design, Ergonomia, Linguística e Semiótica. (BARBOSA; SILVA, 2010, p. 12).

Nesse sentido, o uso de dispositivos físicos para comunicação do usuário com um computador envolve um sistema que está relacionado com o objetivo do usuário, a interação e o “contexto de uso”. De acordo com Barbosa e Silva (2010, p. 18), o contexto de uso inclui “o momento de utilização do sistema (quando) e o ambiente físico, social e cultural em que ocorre a interação (onde)”. Os autores apresentam uma situação de uso para explicitar a interação de um usuário por meio da interface,⁴⁰ considerando um sistema interativo⁴⁰, conforme mostra a FIGURA 2.

FIGURA 2 – INTERFACE E CONTEXTO DE USO



FONTE: BARBOSA; SILVA, 2010, p. 18.

⁴⁰ O conceito de interatividade e o que é interativo são temas tratados de modo mais detalhado no capítulo 3.

A interação usuário-sistema é compreendida como um processo de comunicação que contempla troca, conversa, influência e manipulação (BARBOSA; SILVA, 2010). De acordo com os autores, há ainda um contato conceitual entre interface e usuário, o qual envolve interpretação e está relacionado aos dispositivos de entrada (*input*) e de saída (*output*) durante o uso do sistema. “Essa interpretação permite ao usuário compreender as respostas do sistema e planejar os próximos caminhos de interação” (BARBOSA; SILVA, 2010, p.20). Ainda sob esse viés, destacam-se os critérios de qualidade de uso do ponto de vista da Interação Humano-Computador (IHC), que vão evidenciar características da interação e também da interface. Segundo Barbosa e Silva (2010), esses critérios⁴¹ são a usabilidade, a experiência do usuário, a acessibilidade e a comunicabilidade. A comunicabilidade, proposta pela engenharia semiótica, não implica conhecimento técnico da lógica de design de um sistema interativo, mas sim “obter uma compreensão pragmática e utilitária das relações de causa e efeito que determinam seu comportamento” (BARBOSA; SILVA, 2010, p. 38). Nessa acepção, conforme Primo (2000), os estudos da Pragmática da Comunicação Humana, de Watzlawick, Beavin e Jackson indicam que a comunicação é caracterizada por uma relação interdependente que vai além de trocas verbais, abrangendo outros comportamentos compreendidos como comunicação, inclusive o silêncio.

No que se refere à interface, as pesquisas relacionadas a videogame, no âmbito dos estudos de *Computer Games Studies*, em geral realçam as estruturas físicas, com ênfase nos *joysticks*, *mouse*, teclado e computador (AMARO, 2016). O destaque costuma ser para a interface gráfica.

⁴¹ O critério da **usabilidade** se refere à facilidade de aprendizado, o uso da interface, bem como a satisfação do usuário. Muitas vezes essa qualidade de uso, que envolve emoções e sentimentos, engloba a **experiência do usuário**. O critério de **acessibilidade** está relacionado à inclusão, no sentido de remover quaisquer barreiras que possam impedir os usuários de acessar e interagir com o sistema. Por fim, a **comunicabilidade** diz respeito à responsabilidade do designer de comunicar suas intenções ao usuário e à lógica do comportamento da interface. (BARBOSA; SILVA, 2010, p. 28).

Na relação entre as interfaces, normalmente a gráfica recebe maior atenção por parte dos estudos, por ser a catalisadora do resultado da ação do jogador e, portanto, mais palpável do ponto de vista do pesquisador – devido a maior adaptabilidade do objeto às metodologias de análise de conteúdo representativo. Porém, é preciso entender a interface como “o ponto e/ou modalidades de comunicação entre dois sistemas”. (AMARO, 2016, p. 99).

Na temática das interfaces para as áreas designadas à informática, o usuário é compreendido como um sistema computacional que se torna evidente aos estudos da Interação Humano-Computador (IHC). Esses estudos, conforme Barbosa e Silva (2010), muitas vezes têm apoio em abordagens vindas da área de Psicologia, da Semiótica e de estudos etnográficos. Diante dessa multiplicidade, os estudos descritos nesta seção, ainda que não esgotem a amplitude da área, são indicativos da complexidade de estudar o videogame numa perspectiva de interface comunicativa, seja pela abordagem da relação homem/meio, de instrumentalidade – *hardware, software* –, da interatividade com a máquina ou com outros usuários. A interatividade é tratada muitas vezes como característica principal em se tratando de avanços tecnológicos, possibilidades, mídias e meios.

A interatividade é uma possibilidade fundamental dos meios digitais, responsável por muitas, senão todas, as novas possibilidades que eles oferecem. Por trás dessa afirmação encontra-se uma diferenciação entre tipos de interação que é preciso deixar clara. (FRAGOSO, 2015, p. 196).

Desta forma, ao abordar a interatividade e o que é interativo faz-se necessário examinar a interação e seus estudos no âmbito da Comunicação (FERRARA, 2015), os tipos de interação (PRIMO, 2000, 2005, 2008a, 2008b), incluindo as sociais (THOMPSON, 2002, 2008; BRAGA, 2000, 2012) e as comunicativas (FRANÇA, 2008; FRANÇA; SIMÕES, 2015), que constituem os objetivos de investigação do presente trabalho. Esse contexto é explicitado no capítulo a seguir.

3 A INTERAÇÃO NO ÂMBITO DA COMUNICAÇÃO

Os estudos relacionados à interação no campo da Comunicação, de acordo com Primo (2008a), têm como base autores referenciais da área da Sociologia, como Max Weber, que compreendem as interações no âmbito da relação social. Do ponto de vista desta área do saber, a constituição de uma sociedade se dá numa concepção de reciprocidade, em que um indivíduo se relaciona com os outros, e isso conduz a um sentido de ação, como uma intervenção. Fica assim caracterizada a ideia de agente capaz de conduzir uma ação que se dirige a outros, estabelecendo uma ação social. “Para Max Weber, a ação social é um conceito utilizado para caracterizar um agir particular do sujeito, pautado pela ação de outros agentes e pelas regras sociais” (FRANÇA; SIMÕES, 2015, p. 167). Dessa forma, a relação social ocorre pela conduta entre agentes com sentido de reciprocidade.

À perspectiva teórica das interações, cabe salientar que autores como Lucrécia Ferrara (2015) estabelecem que, por vezes, os conceitos de mediações e interações se tornam sinónimas na área de Comunicação e, nesse ponto,

urge superar a sinónmia que se estabelece entre mediação e interação porque nessa confusão se esconde um padrão conceitual que insiste em estabelecer a comunicação mais como uma disciplina que se hierarquiza e classifica, do que como campo científico. (FERRARA, 2015, p. 19).

O estudo das características das interações, confrontado com as mediações, revela movimentos essenciais para a epistemologia da Comunicação, dos quais três são dominantes:

(a) o domínio da mediação caracteriza uma comunicação que se padroniza como código e mensagem a se irradiar de um emissor para um receptor unidimensional; (b) o domínio da interação caracteriza uma comunicação que se homologa como possibilidade ou tentativa incerta do comunicar ao processar por emissores e receptores, entendidos no intercâmbio e porosidade dos seus papéis; (c) entre mediação e interação inscreve-se um domínio comunicativo, que pode ser apreendido nas fronteiras que se estabelecem entre elas e processam traduções que demarcam e diferenciam as manifestações cotidianas da comunicação. (FERRARA, 2015, p. 7).

A autora critica o que chama de “indecisão epistemológica” nos estudos da área de Comunicação, apontando uma dicotomia entre o rigor da ciência, conceitos, teorias e métodos que justificam o trabalho dos pesquisadores da área e as manifestações fenomenológicas que não necessariamente correspondem a tal rigor. Ferrara (2015) explica que essa dicotomia está presente em todas as áreas da ciência, mas atinge mais diretamente as sociais e humanas, pelo fato de estarem ligadas às questões culturais, políticas, econômicas e também tecnológicas. Assim, destaca que na contemporaneidade a comunicação acaba reduzida às Tecnologias da Comunicação, referindo-se aos dispositivos, *hardware* e *software*. O consumo e o potencial cultural dessas tecnologias “colocam em cena os processos de tradução que agenciam as distinções entre mediações e interações” (FERRARA, 2015, p. 20).

Os primeiros estudos relacionados a uma tentativa de definir o papel da comunicação tratavam-na do ponto de vista técnico. Cabe destacar sobretudo a Escola Funcionalista Americana – Mass Communication Research – e o volume de trabalhos sistemáticos que investigavam as funções e efeitos dos meios. Segundo Ferrara (2015), esses estudos têm raízes na perspectiva advinda do telégrafo, do jornal impresso e, posteriormente, do rádio. Isso confere uma ênfase à transmissão de mensagem por meios técnicos. Ainda de acordo com a autora, “[...] a outra [comunicação] que parece espontânea, pois, sem controle, é entendida sem efeito, e, portanto, irrelevante como questão científica” (FERRARA, 2015, p. 30).

A Escola de Columbia e seus principais teóricos, como Harold Lasswell e Paul Lazarsfeld – embora com diferentes abordagens empíricas –, colocam a comunicação nos estudos de meios, controle, mensagem e efeitos. Mais adiante, nas primeiras décadas do século XX, a ideia de massa e a grande concentração populacional nos centros urbanos fazem com que o jornal, o rádio e, na sequência, a televisão sejam estudados como dispositivos de consumo e como instrumentos estratégicos do Estado. Na Europa, a Indústria Cultural e a Teoria Crítica da Escola Frankfurt apontam para a exposição da massa ao capitalismo, à mercadoria e ao consumismo. Também se destacam o trabalho de Guy Debord e o conceito de sociedade do espetáculo, na década de 1960.

ao estudar o conceito de espetáculo como matriz da comunicação, não basta constatar a filiação política ao capitalismo, mas tratar de entender como os meios técnicos que estão na raiz da transmissibilidade da mensagem atuam de modo espetacular fazendo com que se confundam mercado e sociedade [...] (FERRARA, 2015, p. 37).

Além disso, do ponto de vista do método verifica-se uma indecisão entre a comunicação, o comunicar e o que se comunica. A autora salienta a herança “exageradamente” mecânica instrumental nos estudos da Comunicação na Escola de Columbia.

Outro ponto da perspectiva dos estudos da Comunicação enquanto método é o caráter fenomenológico que busca sentidos e significados, além do estruturalismo que procura superar o subjetivismo e acaba por aderir à formalização. “Nessa circularidade que reduz ciência ao método que a engendra, temos decorrências diversas, mas todas emanam da fenomenologia que passa a se apresentar como método matriz da comunicação” (FERRARA, 2015, p. 40). A autora conclui, assim, que existem mais métodos do que metodologias.

Com base neste breve contexto histórico – que naturalmente não dá conta de todas as vertentes das pesquisas em Comunicação e suas teorias – nota-se que o caráter transmissivo, seja como instrumento para as estratégias políticas ou da produção, coloca a comunicação entre os papéis do emissor e do receptor. Ferrara (2015, p.61) busca responder como se processa a evolução que vai da mediação à interação, destacando que entre elas “não há dicotomia, mas sim, continuidade em transformação”. Neste ponto, no que intitula de “fortuna crítica das mediações”, a autora, parafraseando Thompson (2002), destaca a relação de poder que há no emissor pautado pela ênfase simbólica e não pela força física, política ou produtiva. Ao revisar os trabalhos da academia, em especial, os já citados da Escola de Columbia, o fator transmissivo é a ideia de mediação⁴². Contudo, Ferrara (2015) salienta que as perspectivas começam a avançar para um enfoque mais cultural e humano das mediações, visto que antes a Comunicação se reduzia a mera informação num sentido de controle e de técnica. Nesse aspecto, têm destaque os trabalhos de Jesús Martín-Barbero sobre os meios e mediações, que colocam em

⁴² Isso ocorre porque, como os jornais já possuíam as características econômicas e de negócios a partir do século XX as pesquisas relacionadas aos meios de comunicação investigavam o modo ideal para atingir o público. Portanto, para consolidar e garantir a opinião pública e a audiência, a mediação precisava ser eficiente.

questão a hegemonia dos meios e o conceito de Comunicação em decorrência do domínio das técnicas. A autora complementa que

Se os meios são reduzidos à dimensão de simples canais de mediação que relativizam sua capacidade mediática, verifica-se que a relação emissor/receptor analisada anteriormente, perde sua característica básica, pois se colocam em questão a simetria entre emissor e receptor, a indispensável homeostase e o equilíbrio entre ambos. (FERRARA, 2015, p. 69).

Na década de 1990, surge a proposta de Niklas Luhmann de pensar a Comunicação de forma não linear e sobrepujando ideias de causa e consequência. A concepção de sistema fechado⁴³ desse autor deixa de lado a mediação técnica, social e cultural. Já com ênfase nas tecnologias, a *Critique de la Communication*⁴⁴, de Lucien Sfez se posiciona contra o enfoque da mediação funcionalista. Dessa forma, a Comunicação passa a ser vista como característica das relações humanas e, enquanto campo científico inicia uma discussão que coloca a interação em evidência.

[...] *Dos meios às mediações*, atuam como parâmetro da comunicação, submissa às tendências que interessavam a uma estratégia de poder dos meios, mas muito distante da complexidade da comunicação como necessidade humana; reduzia-se a comunicação à informação, confundindo-as e tudo transformando em realidades planejadas para atender a necessidade de um programa interessado na manutenção do poder, atendido pela manipulação dos meios técnicos. (FERRARA, 2015, p. 71).

Ainda de acordo com a autora, ocorre uma necessidade de superação da mediação para a entrada da interação que é menos controlada e mais complexa. Desse modo, “não se trata de naturalizar a comunicação, mas entendê-la como

⁴³ A Teoria dos Sistemas Sociais desenvolvida pelo sociólogo alemão Niklas Luhmann busca na biologia a ideia de organismos e seres vivos como autorreferenciados e autopoieticos (Humberto Maturana e Francisco Varela) em um sistema fechado. Significa que partes e elementos desses sistemas se comunicam entre si, fechados dentro de sua própria base operativa. O conceito de sociedade como sistema fechado de Luhmann confronta a proposta de sociedade como um sistema aberto de Parsons, que compreende a sociedade como uma troca entre pessoas, informações e energias. Na teoria luhmanniana, depreende-se que fechar é uma maneira de abrir o sistema ao ambiente.

⁴⁴ SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994. A obra foi publicada pela primeira vez em 1988.

qualidade que permite ao homem ir além de si mesmo, na medida em que se confunde com suas invenções e ações comunicantes” (FERRARA, 2015, p. 74). Surgem assim críticas no próprio movimento das mediações, que sugere “evoluções interativas” no que se refere às relações sociais e cognitivas.

Retomando a proposta funcionalista dos meios, os estudos da Teoria Matemática da Comunicação de Shannon e Weaver, que contribuíram para o chamado “paradigma informacional”, também dão ênfase à transmissibilidade. “Esse modelo se inscreve em uma determinada perspectiva – que era da eficácia da transmissão de informações – e, em princípio não se propunha a dar conta de toda a problemática que envolve a comunicação” (FRANÇA; SIMÕES, 2016, p. 72). Com foco no modelo retroativo do feedback da Escola de Columbia, a Escola de Palo Alto, liderada por Gregory Bateson, desenvolve na década de 1970 a proposta de “duplo vínculo” e propõe o termo interação. Assim surge o receptor com capacidade de decisão e escolhas interativas na interpretação das mensagens. “Bateson entende que os padrões relacionais dão forma à relação” (PRIMO, 2008a, p. 14). Nesse contexto, Primo (2008a, p. 15) explica que os “padrões de relacionamento construídos pelos participantes da interação influenciam os processos interativos, a maneira como eles se veem e como definem a própria relação entre si”. Por conseguinte, os estudos da Escola de Palo Alto também terão destaque a partir da publicação do livro *Pragmática da comunicação*, de Watzlawick, Beavin e Jackson, que eram colaboradores de Bateson. Esse trabalho coloca a Comunicação como uma metacomunicação. “O enfoque interacional defendido na obra reconhece que todo o ato comunicativo incorpora aspectos de conteúdo e de relação” (PRIMO, 2008a, p.14).

Sob o aspecto interacional e da epistemologia das interações, Ferrara (2015) destaca que as interações não podem ser vistas tão somente pelo viés das possibilidades tecnológicas, pois são mais amplas e complexas que as mediações. Nesse ponto, a autora salienta, por exemplo, a televisão e o efeito “zapping”, em que o receptor tem uma atuação “inesperada e interativa”.

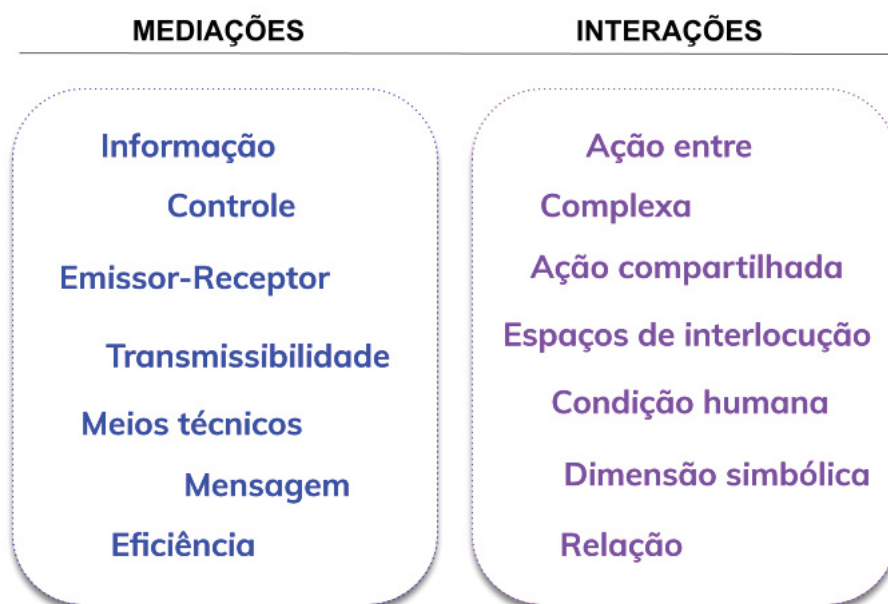
Distante dos processos de recepção funcionalmente programados pelo emissor midiático, os processos de interação parecem superar essa fortuna crítica [das mediações] e se oferecem como expansões que envolvem emissores e receptores, homens e objetos como atores da mesma rede de convergências e circularidades comunicativas. (FERRARA, 2015, p. 77, grifo nosso).

A autora destaca também que se a lógica está nas tecnologias, “[...] os organismos, instituições e sociedade desenvolvem consequências que não foram diretamente planejadas no digital, ao contrário, são decorrências do uso que se faz daquelas possibilidades tecnológicas” (FERRARA, 2015, p. 75).

Na contemporaneidade, o acúmulo de informação faz com que a comunicação se expanda para além dos meios, tornando-a ainda mais complexa enquanto campo científico. Essa área se distancia da concepção homeostática presente na epistemologia das mediações e coloca as interações no plano de uma atividade essencialmente humana que envolve corpo, mente, objeto e sujeito e a transformação da comunicação em ação (FERRARA, 2015).

Diante das formas como as mediações e as interações são vistas nesta breve revisão, com a perspectiva de Ferrara (2015), a FIGURA 3 apresenta concepções com termos para cada conceito.

FIGURA 3 – CONCEPÇÕES SOBRE MEDIAÇÕES E INTERAÇÕES



FONTE: a autora (2020) com base nos estudos de Ferrara (2015).

Os usos e aparatos tecnológicos acentuam ainda a discussão sobre que é a interação e o que é a interatividade. Esses conceitos são revisados na seção a seguir.

3.1 INTERAÇÃO E INTERATIVIDADE

Ao estudar interação e interatividade, é preciso levar em consideração o embate teórico em torno desses conceitos. Para Alex Primo (1999, p. 67) "a interação é vista por outros saberes como as relações e influências mútuas entre dois ou mais fatores, entes etc. Isto é, cada fator altera o outro, a si próprio e também a relação existente entre eles". Dessa forma, a discussão sobre o que é interativo, sob a luz das interações, toma caminhos pautados pela computação. Nesse sentido, Alex Primo e Márcio Cassol (1999, p. 65) apontam que "havendo ícones clicáveis e textos quebrados em partes e ligados por palavras-âncora ou imagens (*hyperlinks*) o produto constitui exemplo definitivo de interatividade".

Em relação ao surgimento do conceito, "a palavra interatividade, derivada do neologismo inglês *interactivity*, foi cunhada para denominar uma qualidade específica da chamada computação interativa (*interactive computing*)" (FRAGOSO, 2001, p. 2). De acordo com a autora, essa concepção interativa surge nos idos de 1960, quando teleimpressoras e máquinas de escrever se estabelecem com um sistema de entrada e saída de dados (*input* e *output*), o que caracteriza uma flexibilização da interação "usuário-máquina", que até então era "realizada a partir de cartões perfurados, fitas magnéticas, interruptores e dials" (FRAGOSO, 2001, p. 2). Assim, a computação interativa tornou possível o diálogo entre o homem e a máquina. Porém, Fragoso (2001) destaca que essa concepção da interatividade a partir da computação interativa nunca foi suficiente, pois o que se fazia antes com os cartões perfurados, por exemplo, não deixa de ser interativo, já que o usuário e o sistema também estavam interagindo. A crítica da autora é dirigida às explicações do conceito de interatividade que sempre relacionam os dispositivos técnicos. Dessa forma, se exclui a possibilidade de interação dos processos. "O fato de que alguns meios ou certos processos e produtos midiáticos são dotados de interatividade não implica que os demais sejam não-interativos" (FRAGOSO, 2001, p. 3). Nesse ponto, os estudos de Ferrara (2015) também ponderam para uma visão da interação

enquanto condição humana. E se a interatividade é entendida pelo viés tecnológico, a epistemologia da comunicação volta para uma concepção das mediações relacionada aos meios técnicos.

Desse modo ainda, observa-se que a interatividade é justamente um atributo da possibilidade de comunicação, ou seja, de interação de um sistema. Seguindo o embate teórico, Primo (2005), com foco na interação mediada por computador, expõe certas limitações teóricas para os conceitos de interatividade propostos pelos enfoques: (i) transmissionistas, (ii) informacionais, (iii) tecnicistas, (iv) mercadológicos e (v) antropomórficos.

Dessa forma, para uma concepção de interatividade sob o enfoque transmissionista, Primo (2005) destaca um modelo que seguiria a Teoria da Informação, privilegiando o esquema emissor>mensagem>canal>receptor, agora representados por webdesigner>site>internet>usuário. “O enfoque transmissionista é também limitado para o estudo de uma conversa, por exemplo, em uma sala de bate-papo, pois reduz o processo interativo ao burocrático vai-e-vem de mensagens” (PRIMO, 2005, p. 4). Segundo o autor, para fugir da linearidade do conceito, alguns teóricos sugeriram pensar na bidirecionalidade – “fluxo da mensagem em mão dupla”. Porém, com base nos apontamentos de Rafaeli (1998)⁴⁵, Primo (2005) explica que esse entendimento se tornou frágil, pois o enfoque passou para o *hardware*, deixando de lado as relações sociais e a complexidade da comunicação humana.

No segundo enfoque, informacional, conforme Primo (2005), novamente se faz presente o modelo da Teoria da Informação. Nessa explicação estão os fundamentos de Brenda Laurel⁴⁶, que trata da interatividade a partir das escolhas que o usuário pode fazer. Nesse modelo de Laurel constam a frequência, a amplitude e a significância, ou seja, quando o usuário pode reagir, a quantidade de escolhas que estão à disposição e o impacto dessas escolhas. Primo (2005, p. 6, grifo do autor) considera que este pode ser um tipo de interação, mas com

⁴⁵ Sheizaf Rafaeli, professor e pesquisador israelense sobre comunicação mediada por computador, apontava em 1988 para uma indefinição do termo “interatividade”. RAFAELI, Sheizaf. *Interactivity: from new media to communication*. In: **Sage annual review of communication research: advancing communication science**. Beverly Hills: Sage, 1988. p. 110-134.

⁴⁶ Brenda Laurel é pesquisadora e consultora na área de mídia interativa desde a década de 1970. Entre seus principais trabalhos estão os estudos sobre desenvolvimento da realidade virtual e uma das principais publicações é o livro **Computer as Theatre** (1991).

limitações. “Trata-se na verdade de um processo que gira em torno de **potenciais**”. Para o autor, as limitações estariam na condição da interação que já está previamente programada.

Sob o enfoque tecnicista surgem as questões técnicas de máquinas, banco de dados, linguagens e de redes. Portanto, mais uma vez, se segue para um modelo da Teoria da Informação, tratando da capacidade do canal. Primo (2005) toma como base Steuer (1993)⁴⁷ para apontar o de engajamento e o envolvimento do usuário como características da interatividade e que o foco está na análise da performance do meio.

Para Steuer (1993, p. 1), “interatividade” se define como “a extensão em que os usuários podem participar modificando a forma e o conteúdo do ambiente mediado em tempo real”. Para ele, “interatividade” se diferenciaria de termos como engajamento e envolvimento, sendo uma variável direcionada pelo estímulo e determinada pela estrutura tecnológica do meio. Steuer delimita então três fatores que contribuem para a interatividade: a) **velocidade**, a taxa com que um input pode ser assimilado pelo ambiente mediado; b) **amplitude** (range), refere-se ao número de possibilidades de ação em cada momento; c) **mapeamento**, a habilidade do sistema em mapear seus controles em face das modificações no ambiente mediado de forma natural e previsível. Ora, como se vê, o autor não vai além da análise da performance do meio. (PRIMO, 2005, p.7, grifos do autor).

Ainda nesse enfoque tecnicista, Primo (2005, p. 7, grifo do autor) também destaca os estudos de Jens F. Jensen (1999)⁴⁸, desenvolvidos com base “em dois aspectos do **tráfego de informação**: quem possui e oferece a informação e quem controla sua distribuição”. Nesse sentido, as características do canal seguem como prioridade para a definição de interatividade.

Já o enfoque mercadológico apresenta a interatividade como argumento de venda. Para além do mercado, Primo (2008b, p. 28) chama a atenção para o uso excessivo do termo, afirmando que “observa-se também no meio acadêmico um excesso de definições e tipologias”. Ao analisar os principais estudos que

⁴⁷ STEUER, Jonathan. Defining virtual reality: dimensions determining telepresence. **Journal of Communication**, v. 42, n. 4, p. 72-93, Autumn 1992. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1992.tb00812.x>. Acesso em: 20 ago. 2019.

⁴⁸ Jens Frederick Jensen é professor no Departamento de Comunicação e Psicologia da Aalborg Universitet, na Dinamarca. JENSEN J F. The Concept of "Interactivity" in Digital Television. In Rose, Michael et al., editor, **White Paper on Interactive TV**. Århus: InterMedia, 1999. Disponível em: <https://vbn.aau.dk/en/publications/the-concept-of-interactivity-in-digital-television/>. Acesso em: 20 ago. 2019.

compreendem a interatividade como mero chamariz para o mercado, Primo (2005) destaca a ausência de uma abordagem que pense a interatividade como diálogo.

Ora, ao se estudar as diferentes formas e intensidades de interação com e através do computador (e suas redes) é preciso contemplar práticas de conversação, onde cada rodada modifica os interlocutores, seus comportamentos, suas mensagens e também o próprio relacionamento entre eles. (PRIMO, 2005, p. 9).

Para tanto, o autor vai apontar para um enfoque antropomórfico da definição de interatividade. Nesse sentido, Primo (2005) questiona a possibilidade de um diálogo entre usuário e a máquina e crítica visões que caracterizam essa relação como “diálogo” e “inteligente”, pois, segundo o autor, desconsideram o sistema operacional da máquina e o comportamento humano. A contestação refere-se à imprecisão desses termos e do uso de metáforas para explicar essa interatividade. Se assim for, isso resulta em “uma generalização achatadora que se aproxima das opiniões populares ou dos discursos da indústria da informática, prejudicando uma análise teórica mais aprofundada, que procura distinguir intensidades diferenciadas” (PRIMO, 2005, p. 10). Nesse sentido ainda, com base nos estudos de Searle (1997)⁴⁹, Primo (2005) aponta para a inexistência de uma “intencionalidade intrínseca” das máquinas, que é uma condição humana. Portanto, não se poderia atestar a presença de diálogo entre usuário e máquina.

Em síntese, a crítica formulada ao uso do termo interatividade é pelo protagonismo, muitas vezes, à área da informática. Dessa forma, Primo e Cassol (1999) buscam outras disciplinas para mostrar a importância de se compreender antes o que é interação para fazer valer o sentido denotativo de interatividade empregado àquela área do saber. Os autores citam como um dos exemplos os estudos da Física.

⁴⁹ SEARLE, John R. **A redescoberta da mente**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

Toda interação física da matéria ocorre pela ação de quatro tipos de forças básicas: gravidade, eletromagnetismo, a torça nuclear forte e a força nuclear fraca. A física também se ocupa da interação das ondas eletromagnéticas com a matéria. A interação modifica a frequência da onda e, conseqüentemente, sua velocidade. Existe ainda um ramo da física, a mecânica, destinada a apenas estudar a interatividade de forças, objetos e movimento. Poderia a física desenvolver-se sem reconhecer e estudar essas interações? (PRIMO; CASSOL, 1999, p. 66).

Os estudos da área de Sociologia também são citados para indicar a importância das interações sociais para compreender o homem e suas relações em sociedade. Portanto, Primo e Cassol (1999) definem que o estudo das interações, ao pensar na condição de influência mútua entre fatores, ou seja, como um fator interfere no outro e altera inclusive a si mesmo, é fundamental quando se trata da abordagem do conceito de interatividade. A interatividade não pode ser compreendida como uma atividade exclusivamente técnica das novas mídias e dissociada do conceito de interação, pois o caráter interativo pressupõe uma ação compartilhada.

Esta breve revisão traz reflexões sobre como os conceitos relacionados à interatividade se distanciam da proposta de interação, em especial os enfoques transmissionista, informacional, tecnicista e mercadológico. Esses conceitos apontados por Primo (2005) conferem à interatividade uma ênfase que se relaciona aos meios. Dessa forma, enquanto episteme da comunicação vislumbra-se a capacidade humana em sua “comunicação naturalizada tecnicamente” e que pode reduzir esta aos estudos apenas de evidências (FERRARA, 2015). A compreensão da interatividade por um viés antropomórfico, caracterizada pelo “diálogo” e “inteligente”, também é objeto de questionamento (PRIMO; CASSOL, 1999). Para os autores, não é possível a ideia de interatividade sem considerar a interação, porque o comportamento humano também está envolvido e a máquina executa um sistema que foi programado previamente. Ademais, também consideram a influência mútua como um fator importante. Nesse sentido, a condição mais intrínseca do sujeito para as interações, conforme os estudos de George H. Mead, também pode ser considerada (FRANÇA, 2008). Além do que já foi indicado por estes autores, a perspectiva do self – do diálogo entre o eu e o mim – da teoria meadiana também se torna importante, pois interfere e altera o outro e a si mesmo.

3.2 INTERAÇÕES E INTERAÇÃO SOCIAL

Seguindo a abordagem dos estudos de Primo (2000, 2005, 2008a, 2008b), pensar na interatividade sob o viés das máquinas pressupõe a interação mediada por computador. Primo (2008, p.13) destaca novamente a importância da compreensão da interação nesse contexto. “Sendo assim, é preciso lembrar que interação não é o mesmo que interação social. Esta última é uma forma interativa, mas não a própria definição de interação”. O autor vai buscar sustentação na defesa da interação mútua e interação reativa, passando pelos estudos das interações sociais e evidenciando a pragmática da comunicação que investiga a relação entre interagentes mediada pela comunicação. “A pragmática da comunicação valoriza a relação interdependente do indivíduo com seu meio e com seus pares, onde cada comportamento individual é afetado pelo comportamento dos outros” (PRIMO, 2000, p.3). Autores clássicos dessa vertente, como Watzlawick, Beavin e Jackson, apontam para a complexidade da interação social, que, além das mensagens trocadas entre os sujeitos, considera também “modos de comportamento – verbais, tonais, posturais, contextuais etc” (WATZLAWICK, BEAVIN, JACKSON, 1967, p. 44). Sob essa ótica, Primo (2000) destaca que os estudos da Escola de Palo Alto e a pragmática da comunicação humana vão além do conjunto de ações, observando a relação interpessoal, uma interação que é criada entre os participantes. “Isto é, um indivíduo não comunica, ele se integra na ou passa a fazer parte da comunicação” (PRIMO, 2000, p. 5).

A interação mútua e a interação reativa são propostas por Primo (2008b) para tratar da interação mediada por computador. Estes, de acordo com o autor, são dois tipos de interação que têm sempre como base uma “interação entre”, sendo discutido o uso de interfaces, a interação que ocorre com robôs, incluindo “processos de negociação de diferenças em conversações *online*” (PRIMO, 2008b, p.14-15). A interação mútua é aquela que ocorre entre interagentes num sentido de relação interdependente, cooperada e recíproca. Considera-se que cada comportamento é construído a partir de ações anteriores. Depreende-se ainda que nessa interação o relacionamento está em uma constante negociação. Já a interação reativa se refere a uma ideia de estímulo e resposta, e é limitada. Nesse contexto, apontado por Primo (2008b) como perspectiva sistêmica, também se destacam a Escola Chilena e os estudos dos biólogos e filósofos Humberto

Maturana e Francisco Varela, que compreendem os organismos e seres vivos como autorreferenciados e autopoieticos em um sistema fechado e que servem como base para a proposta da Teoria dos Sistemas Sociais de Niklas Luhmann. “Dessa orientação vem um olhar que abandona a observação isolada de componentes e busca investigar as relações entre eles” (PRIMO, 2008b, p. 58). Assim, os estudos da cognição humana tendem a valorizar a relação organismo-meio.

As interações sociais, que também dão argumentação para os estudos de Primo (2007, 2008b) têm como base os conceitos apresentados por John B. Thompson. Numa perspectiva de compreender a capacidade dialógica dos meios de comunicação tradicionais, Thompson (2002) sugere tipos de interação, ou ainda situações interativas, promovidas pelos meios de comunicação: 1) interação face a face; 2) interação mediada e 3) interação quase-mediada. Essas situações compõem os estudos que demonstram que os avanços tecnológicos dos meios de comunicação desencadeiam transformações nas interações sociais.

Thompson (2002) aponta que ao longo da história a grande maioria das interações sociais ocorreu de maneira face a face. O autor destaca que esse tipo de interação é marcado pela relação entre os indivíduos e a troca de formas simbólicas, desde tempos remotos. “As tradições orais dependiam para sobreviver de um contínuo processo de renovação, através de histórias contadas e atividades relatadas, em contextos de interação face a face” (THOMPSON, 2002, p. 77). Um dos aspectos dessa renovação era o deslocamento dos indivíduos para outras regiões, levando com eles suas histórias para outros grupos populacionais. Thompson destaca que o advento dos meios de comunicação leva as interações sociais para um novo patamar.

O [...] desenvolvimento dos meios de comunicação cria novas formas de ação e de interação e novos tipos de relacionamentos sociais – formas que são bastante diferentes das que tinham prevalecido durante a maior parte da história humana. (THOMPSON, 2002, p.77).

Esse desenvolvimento é marcado pela mudança, inclusive, no espaço-tempo das relações. Se antes as interações dependiam de que os indivíduos estivessem presentes no mesmo local para compartilhar informações, o surgimento da carta, por exemplo, como sugere Thompson (2002), permite que os indivíduos se comuniquem

de diferentes lugares e em diferentes tempos, uma vez que algo que foi escrito há 200 anos também pode ser compartilhado.

A interação face a face tem como característica interativa a necessidade de um contexto de co-presença, em que expressões denotativas como “aqui” e “agora” podem ser compreendidas. Os indivíduos compartilham do mesmo espaço-tempo, numa interação de caráter dialógico, ou seja, em que a informação possui um fluxo de ida e volta. Outra característica da interação face a face é a “multiplicidade de deixas simbólicas”. Thompson esclarece que nessa interação, muitas vezes o uso de recursos não verbais – como piscadelas, gestos, entonação etc. – é fundamental para que a mensagem seja compreendida, evitando ruídos ou ambiguidades entre os participantes da interação.

Já a interação mediada, ressalta Thompson (2002), utiliza algum meio técnico, como ondas eletromagnéticas, fios elétricos e até mesmo o papel. Conseqüentemente, esse tipo de interação “[...] se estende no espaço e no tempo adquirindo assim um número de características que a diferenciam da primeira” (THOMPSON, 2002, p. 78-79). Uma dessas diferenças é que os participantes não necessariamente precisam estar num contexto de co-presença e, assim, situações em que são utilizadas expressões conotativas podem não ser compreendidas. Num exemplo mais tangível, é como se alguém que vive no século XXI tivesse dificuldades para compreender expressões de linguagem verbal contidas num documento ou carta do século XVI. Outra característica desse tipo de interação está na limitação das deixas simbólicas. Numa conversa por telefone os indivíduos se utilizam da voz, não podendo contar com as deixas visuais. Dessa maneira, há poucos dispositivos simbólicos para diminuir ou evitar a ambiguidade na mensagem. Assim, os indivíduos que participam desse tipo de interação precisam de mais esforços para interpretar as mensagens recebidas.

O terceiro tipo de interação, segundo Thompson (2002), é a quase-mediada. Esta se refere aos meios de comunicação de massa e tem algumas similaridades com a interação mediada. Considerando o meio impresso, o rádio e a televisão, o autor aponta para a extensa disponibilidade de informação e conteúdo simbólico no espaço-tempo. Em alguns momentos, também há limitação das possibilidades de deixas simbólicas. Porém, Thompson (2002) destaca dois fatores-chave que diferenciam este tipo de interação das duas primeiras. Um desses fatores é o número indefinido de receptores potenciais da mensagem. “[...] Os participantes de

uma interação face a face ou de uma interação mediada são orientados para outros específicos, para quem eles produzem ações, afirmações etc. [...]” (THOMPSON, 2002, p.79). O outro fator-chave diz respeito à característica interativa monológica, ou seja, o fluxo da comunicação, que é em sentido único. Além disso, a interação quase-mediada não tem o mesmo grau de reciprocidade interpessoal. “Ela cria um certo tipo de situação social na qual indivíduos se ligam uns aos outros num processo de comunicação e intercâmbio simbólico” (THOMPSON, 2002, p.80). Nesse sentido, o autor destaca que os participantes vão produzir formas simbólicas para os outros, os quais não estão presentes fisicamente, e os que recebem a mensagem, sem poder responder aos produtores, acabam criando laços de amizade, lealdade e afeto.

Vale destacar que as situações interativas possuem caráter híbrido. Thompson (2002) cita o exemplo de pessoas em uma sala discutindo (interação face a face) e ao mesmo tempo assistindo a um programa de televisão (quase-interação mediada). Do mesmo modo, um programa de televisão pode envolver uma interação face a face num programa de mesa redonda e ser transmitido enquanto alguns telespectadores participam por telefone (interação mediada). O surgimento da interação mediada e da quase-mediada não se deu em função da interação face a face, mas alguns produtos midiáticos, como o livro, podem estimular a interação face a face, já que um indivíduo pode ler um livro em voz alta para outro.

Para ilustrar as similaridades e diferenças entre os três tipos de interação, Thompson (2002) apresenta uma estrutura conceitual baseada nas formas de ação e interação que são criadas a partir dos meios de comunicação, conforme mostra o QUADRO 1.

QUADRO 1 – TIPOS DE INTERAÇÃO

Características Interativas	Interação face a face	Interação mediada	Quase-interação mediada
Espaço-tempo	Contexto de co-presença; sistema referencial espaço-temporal comum	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no espaço e no tempo	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no espaço e no tempo
Possibilidades de deixas simbólicas	Multiplicidade de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas
Orientação da atividade	Orientada para outros específicos	Orientada para outros específicos	Orientada para um número indefinido de receptores potenciais

Dialógica/monológica	Dialógica	Dialógica	Monológica
----------------------	-----------	-----------	------------

FONTE: THOMPSON, 2002, p. 80.

É importante ressaltar que o autor não tem como objetivo limitar as interações a esses três tipos, uma vez que mais adiante reitera que o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação fará com que uma variedade de interações seja evidenciada.

Tais tecnologias criam uma variedade de situações de interação que têm características próprias. Poderíamos rotular genericamente essas situações como sendo variações de uma «interação mediada por computador», mas, na prática, temos que distingui-las. O uso do e-mail, por exemplo, é parecido, em alguns aspectos, com o tipo de interação mediada que utilizamos ao escrever uma carta, mas se distingue dele em outros aspectos importantes. (THOMPSON, 2008, p.19).

Ao examinar a perspectiva interacional das mídias, o autor sugere um viés sociológico diferenciado para observar tais mídias comunicativas. Thompson (2008) pondera que no período final dos tempos medievais e início da modernidade, a interação face a face era reservada a uma classe de pessoas. Da mesma maneira, a interação mediada inicialmente também ocorria para um grupo pequeno de pessoas, as quais tinham, por exemplo, acesso a telefone ou conhecimento da escrita para enviar uma carta. Assim, a competência informacional – saber operar tais equipamentos – e a capacidade de adquirir novas tecnologias também confere um sentido de poder aos sujeitos.

Ademais, Thompson (2008, p. 20) destaca que uma interação não excluiu a outra e que cada vez mais as pessoas podem trocar informações e conteúdos simbólicos também com quem não está em seu cotidiano: “cada vez mais eles têm acesso a um ‘conhecimento não-local’ e que podem incorporar, de maneira reflexiva, em seus processos de reconstrução pessoal”. O autor reitera que a expansão dos meios de comunicação faz crescer as interações. “Cada vez mais os indivíduos preferem buscar informação e conteúdo simbólico em outras fontes do que nas pessoas que interagem no dia a dia” (THOMPSON, 2002, p. 82). E, conforme já destacado, as novas tecnologias de comunicação permitem formas híbridas de

interação, que combinam os tipos propostos por Thompson (2002, 2008), reunindo, por vezes, características de dois ou dos três deles.

Ao examinar o conceito proposto por Thompson (1998, 2002), José Luiz Braga (2000) faz uma crítica ao que se compreende por interatividade nos estudos de comunicação, que muitas vezes têm por referência os modelos das interações conversacionais. Para o autor, a simetria na interação face a face – caracterizada pelo fato de uma fala ser seguida por outra fala, num processo que favorece a escuta – é apenas estrutural.

Esta simetria estrutural, entretanto, não deve nos fazer esquecer que as relações reais de troca na sociedade são frequentemente assimétricas em consequência de variados fatores pessoais, sociais, e de organização mesmo das interações específicas. Algumas dessas assimetrias são certamente bem-vindas (troca entre paciente e psicoterapeuta, por exemplo), outras são consequência e indicação de desigualdades e opressões. (BRAGA, 2000, p. 2).

Outro modelo de interação dos estudos de Thompson (1998, 2002) criticado por Braga (2000) é o de quase-interação mediada, com fluxo monológico, sem reciprocidade e assimétrico entre produtores e receptores, apresentando lacunas quando comparado com a interação face a face e a mediada. De acordo com Maria Ângela Mattos e Ricardo Villaça (2012, p. 32), “excessivamente fixado nos limites, o autor considera que esta perspectiva não aprofunda o que estas características significam socialmente em termos de possibilidades interativas”. Sob esse viés, Mattos e Villaça (2012) apontam ainda que os conceitos de Thompson (1998, 2002) abordam separadamente os polos de produção e de recepção, tratando-os de maneira isolada.

Numa revisão dos conceitos da interação face a face, mediada e interação quase-mediada, Braga (2000) propõe não verificar se há ou não interatividade em determinados produtos ou meios, mas como a interatividade opera em variadas situações levando em consideração a circulação de um produto midiático na sociedade. Para tanto, de acordo com o autor, deve-se afastar o modelo conversacional e evitar a caracterização de interatividade por meio de lacunas (ser ou não assimétrico, monológica ou dialógica etc); “[...] dar consequência à percepção evidente de que a interatividade mediática afasta no tempo e no espaço os ‘interlocutores’[...] e instaura outras ações e interações “[...] exatamente porque

são diferidas e difusas”; não ter em conta que a interatividade é uma característica de um meio de comunicação e não de outro e perceber a interatividade como um “processo socialmente construído” (BRAGA, 2000, p. 5-6). Nesse contexto, o autor destaca que “a interação mediática ultrapassa a situação concreta de espaço e tempo em que alguém produz; ou alguém lê (usa) um produto; ou alguém reage a um produto; ou alguém age de tal forma a fazer chegar às instâncias produtoras suas reações” (BRAGA, 2000, p. 6). Desse modo, a interação social no que se refere à sociedade de comunicação deve ser examinada como um “conjunto de todas essas e outras ações que se desenvolvem em consequência e em torno de mensagens, diferidas no tempo e no espaço” (MATTOS; VILLAÇA, 2012, p.33).

Portanto, para Braga (2000), ao estudar as interações não se deve permitir que uma compreensão ampla de interatividade omita especificidades da interatividade midiática ao dar ênfase, por exemplo, a aspectos da cultura em detrimento do processo comunicativo que se constitui cada vez mais mediatizado⁵⁰.

3.2.1 Interações comunicativas: a matriz meadiana

Os estudos que conduzem às interações comunicativas propostos por Vera França (2008) têm como base os conceitos da matriz de George Herbert Mead, filósofo e psicólogo da primeira geração da Escola de Chicago. Os trabalhos de Mead são significativos para o Interacionismo Simbólico e a partir da sua obra clássica *Mind, Self and Society* (1934) surge uma proposta de estudo das interações

⁵⁰ Após revisar os conceitos de modelos de interação social propostos por Thompson (1998, 2002), Braga (2000) trata da “interação social mediatizada”, considerando a circulação da fala e da escuta e propondo um modelo de interatividade diferida/difusa. “O que caracteriza fundamentalmente a interação social mediatizada é dispormos (à diferença do modelo conversacional) de uma produção objetivada e durável, que viabiliza uma comunicação diferida no tempo e no espaço, e permite a ampliação numérica e a diversificação dos interlocutores. Esta caracterização central, mesma, é que exige ultrapassar o recorte simplista ‘ações mútuas entre produtor e receptor’” (BRAGA, 2000, p.8). O autor destaca que a interatividade mediática deve ser vista nas generalizações das interações sociais considerando relações de um subsistema denominado de produtor/produto e outro subsistema receptor/produto em que são permeadas ainda as mediações – não compreendidas como subsistema “mediações culturais”, mas sim como um “ambiente geral” em que os processos e componentes citados estão imersos. O debate acerca das interações e da interatividade evolui ainda para os desafios epistemológicos do campo da comunicação. Para Braga (2012, p. 39) “não é possível separar previamente a comunicação de seu contexto interacional”. Constituiu-se, dessa maneira, um desafio ao propor a consolidação de um novo paradigma para essa área do saber, uma vez que “[...] a constituição de um conceito de IM [interações mediatizadas] passa pela necessidade de maior refinamento de outras definições caras à perspectiva interacional” (MATTOS; VILLAÇA, 2012, p. 30).

comunicativas na perspectiva do “ato social completo”. Desse modo, depreende-se que interações comunicativas diferem das interações sociais pelo gesto significante, o uso da linguagem.

Para compreender o sentido interacional da comunicação o ponto de partida é a interação social, a ação social e a relação social. Com base nos estudos de Max Weber⁵¹, no quadro de ação, a ação social aponta para um agente, um sujeito que intervém conduzido por um sentido. Essa ação se torna social quando se dirige a outros sujeitos. Conforme Weber (1991, p. 3) a ação social “significa uma ação que, quanto a seu sentido visado pelo agente ou os agentes, se refere ao comportamento de outros, orientando-se por este em seu curso”. O conceito de Max Weber compreende, portanto, que uma ação social ocorre quando o indivíduo conduz sua ação de comunicação de acordo com os outros agentes e as regras sociais, configurando a relação social. Nesse sentido, a interação é entendida como interação, ou seja, uma ação compartilhada entre. Dessa maneira, a interação supõe uma influência mútua entre os indivíduos em determinada situação. Conforme Vera França e Paula Simões (2015, p. 169) “o indivíduo se constitui em sociedade e esta é constituída pelo conjunto de interações entre os indivíduos”.

Para examinar o “ato social completo”, Mead quebra a dicotomia entre indivíduo e sociedade e propõe que a sociedade é formada por um conjunto de comportamentos cooperativos. À vista disto, apresenta três categorias analíticas: 1) o self (eu social), 2) o mind (mente), também compreendido como espírito e 3) a sociedade. O self é a constituição do “eu social”, que é formado pelo eu – o eu mesmo, o indivíduo – e pelo mim. O mim é a internalização do outro generalizado, ou seja, é a percepção que o indivíduo tem sobre as representações que os outros possuem dele. Por conseguinte, a formação do self ocorre por meio de um diálogo entre o mim e o eu mesmo, e essa “forma de conversa” só é possível pela existência do mind (mente/espírito). Essa capacidade reflexiva que cada indivíduo possui para

⁵¹ Max Weber propõe quatro classificações da ação social: 1ª) **ação social racional com relação aos fins**; 2ª) **ação social racional com relação a valores**; 3ª) **ação social afetiva**; 4ª) **ação social tradicional**. Isso implica pensar que a ação social em relação aos fins é aquela em que o indivíduo age motivado pela razão, ou seja, de modo estritamente racional; já na segunda classificação, a ação do indivíduo se dá por padrões que respeitam a religião ou a ética. Na terceira classificação, a ação social é motivada por emoções e sentimentos. Por fim, a quarta classificação da ação social tem como base os valores e costumes da sociedade. É importante destacar que para o autor a ação social é aquela que se dá orientada ao outro e envolve comunicação com os outros, sendo o ponto de partida para a relação social, compreendida por Weber (1991) como comunalização e sociação. Esses tipos de relações sociais são explicitados na página 68.

pensar e falar sobre si e sobre o outro na vida social é que pressupõe uma linguagem (FRANÇA; SIMÕES, 2015).

A teoria meadiana evidencia a necessidade de uma personalidade social que é conduzida por essa maneira de viver em sociedade e guiada por um self. “O espírito é a consciência reflexiva que permite um diálogo permanente da construção do self” (IOSCOTE, 2019b, p. 6). É nesse sentido que se contempla uma sociedade construída por um conjunto de comportamentos cooperativos, de indivíduos agindo e interagindo no mundo, numa atividade conjunta. A FIGURA 4 mostra a perspectiva do ato social completo com base na teoria meadiana e como se concretizam as três categorias analíticas, o self, o mind e a sociedade.

FIGURA 4 – MAPA CONCEITUAL ATO SOCIAL COMPLETO



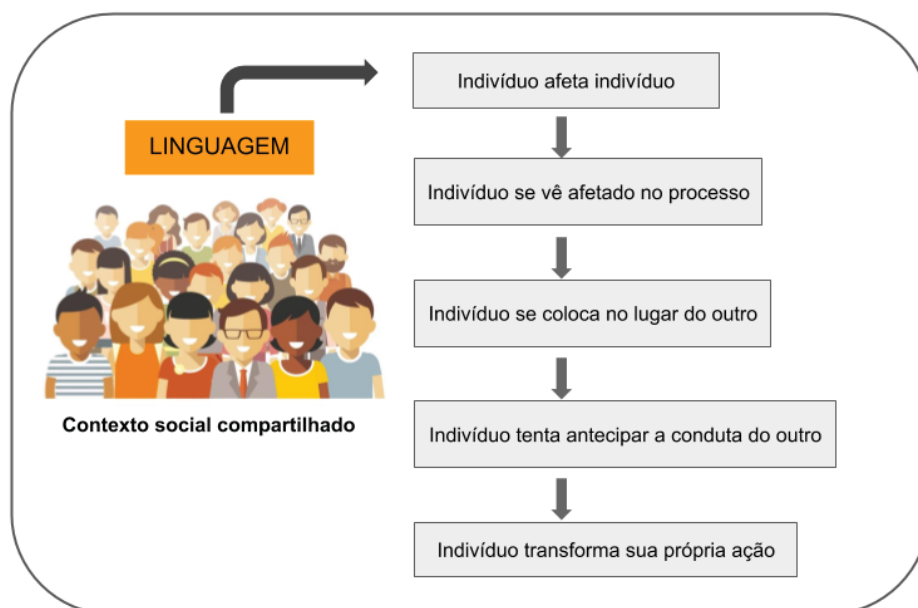
FONTE: a autora (2019), com base na teoria meadiana.

Essa atividade conjunta para constituição da sociedade, em que os indivíduos se influenciam de maneira mútua, ou seja, a dinâmica interacional, se realiza por meio da comunicação e da produção simbólica. Para tanto, a dimensão simbólica nas interações comunicativas se faz pelo gesto significante, que é o uso da linguagem. É necessário destacar que “nem toda interação é comunicativa, pois as interações comunicativas são marcadas por gestos significantes, é essa distinção que marca a comunicação: dimensão de significação que constrói as interações comunicativas” (FRANÇA; SIMÕES, 2015, p. 170).

Na perspectiva de contribuição para os estudos da Comunicação, França (2008) destaca que a colaboração de Mead – embora este não tenha sido um

teórico dessa área do conhecimento – trouxe uma superação dos dualismos entre indivíduo/sociedade, interior/exterior, mente/conduta. Refletir sobre a dinâmica interacional numa conversação permite questionar o que escutamos e a maneira como respondemos, e isso é o que transforma a sociedade (FRANÇA, 2008). Nessa concepção de interação por meio do uso da linguagem é possível estabelecer que o indivíduo afeta indivíduo; o indivíduo se vê afetado no processo; o indivíduo coloca-se no lugar do outro; o indivíduo tenta antecipar a conduta do outro; o indivíduo transforma sua própria atuação. Essa concepção da dinâmica interacional, que tem no gesto significativo (uso da linguagem) a dimensão simbólica que marca as interações comunicativas, proposta por França e Simões (2015), é apresentada na FIGURA 5.

FIGURA 5 – MAPA CONCEITUAL DINÂMICA INTERACIONAL



FONTE: a autora (2019), com base da dinâmica interacional proposta por França e Simões (2015).

Conforme é apresentado na FIGURA 5, as interações comunicativas acontecem dentro de um contexto social de condições e situações compartilhadas entre os indivíduos, não necessariamente, de maneira proporcional (FRANÇA; SIMÕES, 2015).

Ainda no âmbito dos conceitos teóricos da ação, relação e interação de Max Weber, França e Simões (2015) compreendem que essa base se refere ao movimento de sociação, que também se aplica à comunicação. Nos estudos de Max

Weber(1991), a partir da ação social, existem dois tipos de relações sociais: a comunalização e a sociação. A comunalização ocorre entre sujeitos orientados pelo sentimento de pertencimento ao mesmo grupo, enquanto na sociação a ação do sujeito se dá orientada por um compromisso objetivo. Assim, as relações sociais podem ser compreendidas como orientações no que concerne aos comportamentos dos indivíduos numa relação uns com os outros, tendo um mínimo de reciprocidade.

França e Simões (2015) propõem que a comunicação “[...] é uma ação (uma intervenção prática no mundo); uma relação (um ato que vincula um e outro) e uma interação – essa ação conjunta reciprocamente referenciada” (FRANÇA; SIMÕES, 2015, p. 170-171). A FIGURA 6 mostra um mapa conceitual dos conceitos teóricos da ação, interação, relação e a comunicação para elucidar a interação comunicativa proposta pelas autoras.

FIGURA 6 – MAPA CONCEITUAL INTERAÇÃO COMUNICATIVA



FONTE: a autora (2019), com base na interação comunicativa proposta por França e Simões (2015, p. 170-171).

Por conseguinte, a interação abrange uma complexidade conceitual na ação + relação, pois se torna necessário depreender que a comunicação é constituída de uma dimensão prática – o ato comunicacional, que acontece numa dinâmica relacional, entre dois ou mais indivíduos num contexto de “mútua referência” (FRANÇA; SIMÕES, 2015). É dessa maneira que o gesto significante, o uso da

linguagem, se torna essencial para diferenciar as interações comunicativas dos conceitos de interação social revisados neste capítulo.

4 PERCURSOS METODOLÓGICOS

Esta dissertação foi elaborada com base em uma perspectiva multimetodológica. Essa trilha é composta por três etapas, sendo a primeira etapa constituída por revisão bibliográfica e a pesquisa da pesquisa (BONIN, 2012), a segunda etapa com questionário on-line (*survey*) e a terceira etapa com entrevista semiestruturada aliada à observação simples como suporte.

O primeiro passo foi a revisão bibliográfica. À época, no primeiro semestre do mestrado, a proposta de investigação era sobre videogame e os *e-Sports* e as inquietações acerca do jornalismo esportivo na transmissão, pela televisão, de competições de videogame profissional. O avanço nas leituras forneceu pistas para compreender que as pesquisas sobre *e-Sports* e televisão ainda se encontram incipientes, embora estudos como os de Brett Hutchins⁵² (2008), Janina Maric⁵³ (2011), T.L.Taylor⁵⁴ (2012, 2018), Pedro Saraiva⁵⁵ (2013), e Tarcízio Macedo e Thiago Falcão⁵⁶ (2019), entre outros, estejam contribuindo para progressos nas discussões acadêmicas.

4.1 A PESQUISA DA PESQUISA

Como primeira etapa dos procedimentos metodológicos, no sentido de investigação sobre o cenário de *e-Sports*, realizar a pesquisa da pesquisa (BONIN, 2012) acabou se tornando fundamental para um processo de desconstrução da proposta inicial desta dissertação. Esse passo permitiu uma reflexão sobre o fato de

⁵² HUTCHINS, Brett. Signs of meta-change in second modernity: the growth of e-sport and the World Cyber Games. **New Media & Society**, v. 10, n. 6, p. 851-869, 2008. Disponível em: <https://bit.ly/34zyGiW>. Acesso em: 18 jun. 2018.

⁵³ MARIC, Janini. Electronic sport: how pro gaming negotiates territorial belonging and gender, Platform: **Journal of media and communication**, v. 3, n. 2, p. 6-23, 2011. Disponível em: <http://docplayer.net/63519703-Electronic-sport-how-pro-gaming.html>. Acesso em: 30 jul. 2018.

⁵⁴ TAYLOR, Tina Lynn. **Raising the Stakes: E-sports and the Professionalization of Computer Gaming**. Mit Press, 2012.
 _____.**Watch me play: Twitch and the rise of game live streaming**. Princeton University Press, 2018.

⁵⁵ SARAIVA, Pedro, A.C. **E-sports: um fenômeno da cultura digital contemporânea**[Em linha]. Lisboa: ISCTE, 2013. Dissertação de mestrado. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/7784>. Acesso em: 15 jul. 2018.

⁵⁶ MACEDO, Tarcízio; FALCÃO, Thiago. E-Sports, herdeiros de uma tradição. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 45, p. 246-267, maio/ago. 2019. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/83818>. Acesso em: 30 jul. 2019.

que o videogame ainda carece de investigação mais aprofundada pelo viés da área de Comunicação. Bonin (2012) define que a pesquisa da pesquisa

exige desde ações mais operativas de levantamento das pesquisas até o trabalho alentado de reflexão e de desconstrução, que permita ao pesquisador empreender apropriações, reformulações e alargamentos das propostas, em vários níveis. (BONIN, 2012, p.49).

A proposta inicial foi examinar a produção relacionada ao termo *e-Sports*. Contudo, os resultados obtidos no Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) se mostraram insatisfatórios, pois foram localizados 1.058.245 trabalhos, em abril de 2018. Mesmo após a aplicação de filtros para o recorte temporal de 2007 a 2017 para a área de conhecimento Comunicação, foram encontrados 8.138 trabalhos, entre teses e dissertações. A principal dificuldade foi que a busca pelo termo *e-Sports* retornava com trabalhos relacionados aos esportes em geral, desde futebol, incluindo também direito desportivo, mídia esportiva, entre outros temas. Dessa maneira, optou-se pela busca pelo termo videogame. Utilizando os mesmos procedimentos no Banco da Capes – período de 2007 a 2017; teses e dissertações – foram encontrados 250 trabalhos com o termo videogame no título, resumo e/ou palavras-chave. Depois, foi aplicado o filtro para área de conhecimento Comunicação, o que resultou em 44 trabalhos. As teses e dissertações encontradas foram organizadas em uma planilha no Excel seguindo a ordem de ano; tipo (dissertação ou tese), título do trabalho, resumo, Instituição de Ensino Superior (IES), região, autor, palavras-chave e link do trabalho. Nesse recorte foi encontrado um trabalho que relacionava o termo videogame aos *e-Sports*. Os resultados dessa revisão bibliográfica podem ser conferidos no Apêndice A.

No primeiro semestre do mestrado, o foco da dissertação ainda estava concentrado na investigação do cenário sobre *e-Sports* e na construção de aporte teórico e metodológico para o estudo. Dessa forma, em julho de 2018, após a revisão bibliográfica, uma nova pesquisa da pesquisa foi proposta, na tentativa de explorar mais detalhadamente a produção acadêmica no que se refere aos principais métodos e operadores teóricos. Não obstante, a principal dificuldade dessa busca está no que Pollyana Mustaro e Ivelise Fortim (2012, p. 97, tradução

nossa) já evidenciaram sobre a pesquisa pela palavra-chave videogame, ao observarem que “não há uma definição precisa do uso do termo no Brasil, muitas vezes ‘videogame’ (video game), ‘games’, ‘jogos eletrônicos’ (electronic games) e ‘jogos digitais’ (digital games) são usados como sinônimos de *games*”⁵⁷. Diante dessa concepção, optou-se por realizar uma busca com variações para a palavra-chave videogame (jogos eletrônicos, jogos digitais, games, *e-Sports*), começando pela região Sul do Brasil e utilizando os mesmos procedimentos no Banco da Capes e também nos repositórios⁵⁸ das universidades. Nesse aspecto, se segue o entendimento de Bonin (2012, p. 49) segundo o qual “um levantamento e mapeamento geral das pesquisas realizadas é importante para situar-se nesse processo e orientará o trabalho de reflexão aprofundada daquelas que se mostrem relevantes para o trabalho de apropriação”.

Dessa maneira, entre os dias 16 e 19 de julho de 2018 foi realizado um levantamento de teses e dissertações no banco da CAPES e nos repositórios de Instituições de Ensino Superior (IES)⁵⁹ da região Sul do Brasil, considerando apenas os programas de pós-graduação em Comunicação, com recorte temporal entre 2007 a 2017. A busca por palavras-chave resultou em 18 trabalhos e evidenciou uma produção acadêmica concentrada em universidades do Rio Grande do Sul, sendo sete pesquisas da PUC-RS, cinco da Unisinos e dois da UFRGS. Os outros quatro trabalhos encontrados foram desenvolvidos na Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). “Sobre a temática foi possível identificar uma forte inclinação ao contexto de cibercultura. Grande parte das teses e dissertações traz estudos relacionados a interações sociais, narrativas e identidade, trabalhando com um ou mais games como objeto” (IOSCOTE, 2018, p. 377). Por meio de uma abordagem qualitativa inspirada na Análise de Conteúdo (AC) de Bardin (2016), foram examinados os títulos, resumos e palavras-chave dos trabalhos. Essa técnica da análise de conteúdo, segundo Flick (2013, p. 223), “permite a descrição sistemática, objetiva e

⁵⁷ No original: “that there is no precise definition of terms in Brazil, as many times “videogame” (video game), “games”, “jogos eletrônicos” (electronic games) e “jogos digitais” (digital games) are used as synonyms of “games”.

⁵⁸ Esse procedimento foi adotado porque em alguns momentos o Banco da Capes apresentava dificuldades técnicas para realizar a busca, como, por exemplo, instabilidade no sistema.

⁵⁹ Nove instituições foram investigadas: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Universidade Federal do Paraná (UFPR), Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), Universidade Estadual de Londrina (UEL) e Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

quantitativa do conteúdo da comunicação”. Mediante a “leitura flutuante” foi possível organizar as teses e dissertações que possuíam contextos similares. Sobre os operadores teóricos, a Teoria do Ator-Rede (TAR) de Bruno Latour e a Teoria da Complexidade de Edgar Morin aparecem como base norteadora em pelo menos quatro trabalhos e tensionadas em outros estudos. Outro destaque são três trabalhos com foco em estudo de gênero e do feminino em jogos digitais. No que concerne às interações, foram identificados seis trabalhos – três da PUC-RS, dois da UTP e um da Unisinos –, que tratam das interações sociais, regimes de interação, interações simbólicas e interatividade. Sobre os procedimentos metodológicos, não foi possível determinar um caminho único, dada a complexidade do videogame, o seu caráter interdisciplinar e as múltiplas formas de abordagem.

Foram identificados métodos variados, desde abordagem teórico-empírica, pesquisa documental, entrevistas semiestruturadas, análise de conteúdo (AC), análise textual discursiva (ATD), registro de campo, observação participante, netnografia, a Hermenêutica de Profundidade (HP), referencial teórico-metodológico sistematizado por John B. Thompson e experimentações metodológicas. (IOSCOTE, 2018, p. 378).

Vale destacar ainda que nessa etapa da pesquisa não foram encontrados trabalhos relacionados aos *e-Sports*.

O intuito inicial era adotar os mesmos procedimentos de busca para cada região do Brasil; porém, após os resultados da região Sul, notou-se que a continuidade para outras regiões seria uma ação exaustiva a fim, apenas, de catalogar a produção, o que nunca foi objetivo da presente dissertação. Também é importante salientar que os resultados obtidos poderiam ser diferentes se a busca pelos trabalhos tivesse ocorrido em periódicos ou em anais de congressos especializados, como o GT de Games da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) ou o SBGames, evento realizado pela Sociedade Brasileira de Computação e considerado um dos mais importantes da América Latina na área de jogos e entretenimento digital. Ademais, outros estudos com a finalidade de contemplar o estado da arte dos estudos de videogame já foram realizados.

Nesse sentido, um mapeamento sobre a produção brasileira com a temática de jogos digitais na área de Comunicação foi realizado por Fragoso et al. (2016), a

fim de verificar as principais tendências entre os anos de 2000 e 2014. O *corpus* da investigação foi composto pelos trabalhos apresentados nos eventos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), da Associação Brasileira de Cibercultura (ABCiber) e da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e ainda por teses e dissertações defendidas no período, resultando em 522 trabalhos analisados. A investigação também apresentou uma perspectiva dos estudos de *games* nas diferentes áreas do conhecimento. “O predomínio de quatro áreas é evidente. São elas: Computação (23%), Comunicação (20%), Design (15%) e Educação (15%)” (FRAGOSO et al., 2016, p. 7). Entre as teses e dissertações na área da Comunicação, a categoria Estudo de Games representa 52%. “Os jogos são abordados em perspectivas socioculturais, como cabe à área, mas suas especificidades estão resguardadas pelas problematizações nas Teses e Dissertações” (FRAGOSO et al., 2016, p. 8). A pesquisa também evidenciou que, apesar dos esforços, as contribuições brasileiras para o cenário acadêmico internacional ainda são incipientes. Conforme Fragoso et al. (2016, p. 13), “sem o crescimento da quantidade dos estudos nacionais, a maturidade teórico-metodológica não será suficiente para afirmar a presença do tema como ponto de fundação de uma nova área de conhecimento no País”.

Outro trabalho que apresentou o estado da arte foi realizado por Mustaro e Fortim (2012) com o objetivo de examinar as publicações da Trilha Cultura dos eventos da Sociedade Brasileira de Games (SBGames). De acordo com as autoras, “o desafio para a Trilha Cultura do SBGames é desvendar o mundo dos jogos digitais, os jogadores, os significados e relacionamentos que eles construíram ou construíram em sociedade”⁶⁰ (MUSTARO, FORTIM, 2012, p. 93, tradução nossa). Partindo de uma análise bibliométrica, as autoras analisaram 163 trabalhos publicados entre os anos de 2007 e 2011. Os resultados revelaram que os estudos da Trilha Cultura estavam concentrados na subárea Games e Educação.

Carlos Eduardo Lourenço (2012) defendeu na Universidade de São Paulo (USP) a dissertação intitulada “O ‘Estado da Arte’ da produção de teses e dissertações sobre games – entendidos como forma de comunicação – no banco de

⁶⁰ No original: “The challenge for Culture Track of SBGames is to unravel the world of digital games, the players, the meanings and relationships that they built, or built in society.

dados CAPES realizadas entre 1987 e 2010”⁶¹. O mapeamento examinou a interface comunicação/educação, tendo como resultado 528 trabalhos.

Conforme a revisão bibliográfica avançava, aliada aos resultados da pesquisa da pesquisa, alguns questionamentos começaram a emergir. Com base nos apontamentos de Fragozo et al. (2016) sobre os avanços nas discussões acadêmicas relacionadas ao videogame e também nas questões epistemológicas acerca da comunicação, se tornou evidente um processo de desconstrução da pesquisa (BONIN, 2012). “No espaço de um mestrado, não fazemos jornalismo, literatura, arte, militância. Temos o objetivo de produzir conhecimento, embora esse fazer científico, hoje, no espaço das ciências humanas, não se pretenda puro, nem objetivo, nem neutro” (BRAGA, 2011, p.3). Dessa forma, um amadurecimento para continuar a pesquisa também foi ocorrendo de maneira progressiva diante da perspectiva teórica das interações (FERRARA, 2015; THOMPSON, 2002, 2008, PRIMO, 2008b, FRANÇA, 2018; FRANÇA; SIMÕES, 2015). Desde o início, a presente dissertação apresentava o videogame partindo do pressuposto de que essa é uma mídia que promove interações. Portanto, refletir sobre essa mídia e as interações comunicativas poderia trazer contribuições mais relevantes para área de Comunicação, bem como para a área de *Game Studies*. Sob o viés da prática da pesquisa em Comunicação, Braga (2011) defende que

Construir e problematizar um objeto de pesquisa não é apenas escolher um tema, um “recorte da realidade”, e fazer-lhe algumas perguntas genéricas, buscadas no âmbito teórico. Bem mais que isso, envolve todo um enfrentamento, no qual as escolhas feitas, a própria percepção inicial sobre as coisas, são já elementos do processo construtivo – que, em certo sentido, pede “invenção”. (BRAGA, 2011, p.11).

Como os resultados identificaram estudos acerca das interações sociais, da interação e interatividade, dos regimes de interação, das interações simbólicas, Interação Humano-Computador (IHC) para o contexto dos videogames (IOSCOTE, 2018), um segundo momento foi articulado com a proposta de construção de um

⁶¹ LOURENÇO, Carlos Eduardo. **O Estado da Arte da produção de teses e dissertações sobre games – entendidos como forma de comunicação – no banco de dados Capes realizadas entre 1987 e 2010. 2012.** Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-17052013-114516/en.php>. Acesso em: 12 jul. 2018.

corpus para identificar, de maneira exploratória, as interações a partir do videogame. Essa é a segunda etapa de pesquisa, composta por um questionário on-line.

4.2 QUESTIONÁRIO ON-LINE

Com a finalidade de compreender de maneira exploratória como ocorrem as interações no campo, os procedimentos metodológicos seguiram com a aplicação de um questionário (*survey*) on-line. Entre as vantagens da utilização desse tipo de instrumento de pesquisa estão o índice de resposta e a ausência de restrições espaciais (FLICK, 2013). Conforme Antonio Carlos Gil (2008), esse levantamento de campo se dá por meio de procedimentos estatísticos que vão considerar uma amostra significativa do universo a ser pesquisado. Já Earl Babbie (2003, p. 83) define que “em particular, *surveys* são muito semelhantes a censos. Sendo a diferença principal entre eles que um *survey*, tipicamente, examina uma amostra da população, enquanto o censo geralmente implica uma enumeração da população toda”. Babbie (2003) defende que em temas sociais esse método se torna muito vantajoso quando aliado a outros métodos.

Num primeiro momento, a principal dificuldade para o presente trabalho foi estabelecer parâmetros de amostra para um objeto que é concebido para fins de entretenimento. Portanto, a questão “como estimar o número de jogadores de videogame no país para se obter resultados fidedignos em uma pesquisa quantitativa?” foi resolvida com base nos levantamentos das pesquisas de mercado. Para se chegar ao ‘n’ ideal, o ponto de partida foi um estudo realizado pela empresa holandesa *NewZoo* – especialista no mercado de *games* e *mobile* – e divulgado em 6 de julho de 2018 que estima que o número de jogadores de videogame no Brasil é de 75,5 milhões. Com base nesses dados, utilizando cálculo amostral com margem de erro de 5% e intervalo de 95% de confiança, verificou-se a necessidade da participação de 385 indivíduos⁶². A técnica de amostragem utilizada foi a amostra probabilística aleatória simples. De acordo com Babbie (2003, p. 120) “uma amostra será representativa da população da qual foi selecionada se todos os membros da população tiverem oportunidade igual de serem selecionados para a amostra”. Nesse sentido ainda, o autor defende que a “seleção aleatória é um elemento chave

⁶² Fórmula $n = o^2 p.q/e^2$ (GIL, 2008, p. 96).

nesse processo” (BABBIE, 2003, p. 125). Ademais, é importante salientar que embora haja preocupação em detalhar o processo de definição da amostra e elaboração do questionário – como se espera dos estudos científicos –, nesta pesquisa a utilização desse instrumento não tem como objetivo validar dados estatísticos. O questionário foi idealizado com o intuito de auxiliar na construção de um *corpus*, a fim de observar de maneira exploratória como ocorrem as interações no campo a partir dos objetivos específicos estabelecidos na presente dissertação.

O questionário on-line, disponível no Apêndice B, foi elaborado e aplicado por meio do *Google Forms*⁶³, sendo composto de 24 perguntas, das quais oito questões abertas e 16 fechadas. As perguntas foram distribuídas em cinco blocos, além do bloco com perguntas que caracterizam o perfil dos respondentes. O primeiro bloco é composto por questões de múltipla escolha e resposta espontânea sobre “Dispositivos e jogos favoritos” dos participantes. Contribuíram para a definição dessas questões os estudos prévios da área de *Game Studies*, que suscitaram reflexões sobre especificidades dos jogos, uma vez que cada jogo pode ser considerado um tipo de produto midiático e as suas características não podem ser deixadas de lado (FRAGOSO; AMARO, 2018).

O segundo bloco, “Tempo de jogo e locais”, trata de questões como: há quanto tempo o respondente joga, com que frequência, onde joga e se conhece locais em sua cidade (espaços especializados como bares/lanchonetes) onde ocorrem competições de videogame. No terceiro bloco, “Motivações e Interações sociais”, os participantes responderam de maneira espontânea porque jogam. Depois, em pergunta estimulada, se jogam geralmente sozinhos ou com os amigos e se jogam on-line. O quarto bloco trata da “Participação em torneios”. Nesse bloco cada participante respondeu questões sobre seu nível como jogador e se considera-se amador, semiprofissional ou profissional. Também foram questionados sobre participação em torneios on-line e presenciais, locais em que ocorrem torneios e onde estiveram presentes nos últimos 12 meses e a motivação para irem a esses locais.

É importante destacar que no momento da formulação dos blocos de perguntas, o cenário off-line das interações sociais também foi considerado, pois

⁶³ Disponível em: <https://forms.gle/Z9BWNjdDHSjV8dJo9>. Acesso em: 6 dez. 2018.

estava presente nos objetivos específicos deste trabalho. Nessa perspectiva, com base nos tipos de interações sociais de Thompson (2002), detalhados no QUADRO 1, na página 62 foram elaboradas as perguntas para o segundo, terceiro e quarto blocos, com a finalidade de buscar pistas para as características interativas dessas interações. No último bloco de perguntas, “Interações sociais on-line/off-line”, os participantes responderam questões como: se de alguma maneira o videogame permitiu conhecer novas pessoas e fazer novas amizades, on-line e/ou off-line, e, por fim, se jogam on-line e em equipe. Nesse ponto, a literatura relacionada às interações comunicativas (FRANÇA, 2008; FRANÇA; SIMÕES, 2015) – conforme mostram as FIGURAS 4, 5 e 6, nas páginas 67, 68 e 69 – auxiliou na elaboração das questões diante de um contexto social e tendo em conta a dinâmica interacional, relativa a como um indivíduo afeta o outro.

A divulgação do questionário on-line foi iniciada no dia 7 de dezembro de 2018 e encerrada no dia 21 de fevereiro de 2019, num total de 76 dias corridos. No primeiro momento dessa etapa, o intuito era divulgar o instrumento em sete grupos oficiais de videogame no Facebook, alguns, à época, com média de 100 mil participantes, como League of Legends Brasil, PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG), Fortnite Brasil, entre outros. Porém, na tentativa de buscar heterogeneidade nas respostas, a divulgação não foi feita em grupos oficiais dos jogos de videogame, mas em grupos de jogadores, de bares e também de meninas jogadoras, como Clube do Videogame (310.715 membros em 11/12/2018) e Cooldown E-Sports n' Burgers (21.653 membros em 11/12/2018), conforme mostra o QUADRO 2.

QUADRO 2 – GRUPOS DE DIVULGAÇÃO NO FACEBOOK

Nome do grupo	Membros na data de divulgação	Data da divulgação
Cooldown E-Sports n' Burgers	21.653	10/12/2018
Clube do Videogame	310.715	07/01/2019
Só Video Games Curitiba	605	16/02/2019
Meninas que jogam videogame	683	16/02/2019

FONTE: a autora (2019).

O link para responder o questionário on-line foi divulgado por meio de outras redes sociais: Twitter, WhatsApp e Discord. No Twitter, a divulgação ocorreu por meio do perfil da autora da presente pesquisa. Alguns jogadores da rede de contatos

da autora foram selecionados para uma abordagem direta. No WhatsApp, a divulgação ocorreu de maneira individual, com uma mensagem em abordagem direta aos jogadores que faziam parte da rede de contatos da autora. Já no Discord – uma plataforma similar ao Skype, em que é possível formar grupos, fazer ligações e enviar mensagem de texto, sendo muito popular entre os jogadores de videogame –, a divulgação do *link* do questionário ocorreu por iniciativa dos próprios jogadores, de forma espontânea, para contribuir com a pesquisa.

Após a divulgação, foram obtidos 574 questionários completos. As respostas foram mensuradas utilizando o Excel para filtros e tabelas dinâmicas, o *software* SPSS para as perguntas de respostas múltiplas, além da técnica de Análise de Conteúdo de Bardin (2016) para três perguntas abertas (P.4; P.12; P.19), que passaram por procedimento da “leitura flutuante”, uma categorização inferencial, organização em nuvem de palavras⁶⁴. Posteriormente, essas perguntas passaram por um tratamento estatístico com o SPSS para geração de percentual. Alguns trechos das respostas às perguntas abertas são utilizados ao longo do presente trabalho. Nesses trechos correspondentes às perguntas P.4, P.12 e P.19, os respondentes são nomeados com a letra R, seguida do número de identificação de cada um.

Dentre os principais resultados, nas respostas sobre o jogo favorito (P.4), cabe destacar que 23% dos jogadores apontaram a narrativa como um fator importante, assim como a estética (23%), no que se refere ao *Game Design*, além dos aspectos relacionados à mecânica (21%) e à jogabilidade (19%). Ainda nessa pergunta, para 11% dos respondentes a interação, no sentido das possibilidades de interagir com os amigos e novas pessoas, é um fator de destaque no jogo favorito. Para 95% dos respondentes, é importante conhecer novas pessoas e fazer novas amizades a partir do videogame. No entanto, a pergunta sobre ir presencialmente a eventos (P.19) despertou atenção pelo baixo percentual de respondentes com esse hábito. Trinta e sete por cento afirmaram não ter motivação alguma para ir a bares ou espaços especializados onde ocorrem encontros e/ou competições de videogame; 73% dos respondentes disseram que não existem em suas cidades tais locais especializados; e 47% comentam que não frequentam eventos de

⁶⁴ A nuvem de palavras foi criada a partir da ferramenta gratuita Word.Sift.org, desenvolvida pela Universidade de Stanford. Disponível em: <https://wordsift.org/>. Acesso: 10 mar. 2019.

videogames, como feiras, torneios oficiais ou espaços especializados, como bares/lanchonetes onde ocorrem competições.

Os resultados mostraram que as interações entre jogadores ocorrem on-line. A partir dessa evidência, a presente pesquisa passou por ajustes em um de seus objetivos específicos, excluindo-se a proposta de estudar as interações comunicativas antes, durante e depois do jogo (on-line e off-line) para estudar interações comunicativas que ocorrem em decorrência do jogo (on-line). Para seguir com os objetivos da dissertação, uma nova fase de investigação foi realizada, a partir da seleção de dez jogadores que participaram do questionário on-line para uma etapa de entrevista. Para Gil (2008, p. 110) essa técnica “oferece flexibilidade muito maior, posto que o entrevistador pode esclarecer o significado das perguntas e adaptar-se mais facilmente às pessoas e às circunstâncias em que se desenvolve a entrevista”. Frente às possibilidades de tipos de entrevista em pesquisas qualitativas, como focalizada, estruturada, informal etc, optou-se pela utilização da entrevista semiestruturada. Autores como Augusto Triviños (1987) e Eduardo Manzini (2004) vêm estudando a caracterização desse tipo de entrevista. Para Triviños (1987), a entrevista semiestruturada como técnica de coleta de informações valoriza a figura do investigador-entrevistador e ao mesmo tempo confere liberdade e espontaneidade à investigação.

Podemos entender por entrevista semiestruturada, em geral, aquela que parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebe as respostas do informante. (TRIVIÑOS, 1987, p. 146).

Essa técnica é apoiada em um roteiro que serve para organizar o processo de condução da entrevista, e possui questões principais que serão complementadas por outras, decorrentes das circunstâncias no decorrer da entrevista. No que se refere às perguntas básicas que compõem o roteiro, há uma diferenciação entre as vertentes teóricas fenomenológica e histórico-estrutural (dialética). De acordo com Manzini (2004, p. 3), na linha teórica fenomenológica o objetivo é alcançar maior clareza na descrição dos fenômenos sociais: “Assim, as perguntas descritivas teriam grande importância para a descoberta dos significados dos comportamentos das

pessoas de determinados meios culturais”. Já na linha histórico-estrutural (dialética), as perguntas possuem natureza explicativa ou causal.

Esses autores também discutem os tipos de perguntas que farão parte da entrevista semiestruturada. Triviños (1987, p. 150-151) estabelece quatro categorias⁶⁵ de perguntas: 1) perguntas de consequências; 2) perguntas avaliativas; 3) questões hipotéticas; 4) perguntas categoriais. Já Manzini (2004, p. 3) ressalta o já proposto por Triviños, lembrando que as categorias não podem ser encaradas como “amarras”, mas sim como uma maneira de “abrir perspectivas para análise e interpretação de ideias”.

Sobre a seleção de dez entrevistados, considera-se que as pesquisas com cunho qualitativo não têm a obrigatoriedade de amostras probabilísticas. De acordo com, Jorge Duarte (2005, p.68), “em estudos qualitativos são preferíveis poucas fontes” considerando que estas têm conhecimento sobre o assunto e disponibilidade de participação. Nesse sentido, o autor complementa que “uma única entrevista pode ser mais adequada para esclarecer determinada questão do que um censo nacional” (DUARTE, 2005, p.68). No entanto, vale ressaltar que existem dois tipos de amostras probabilísticas que podem ser utilizados para estudos qualitativos: a amostra probabilística por conveniência e a intencional. A primeira é baseada na viabilidade e a segunda “por juízo particular [do pesquisador], como conhecimento do tema ou representatividade subjetiva” (DUARTE, 2005, p.69, grifo nosso).

A fim de detalhar as interações comunicativas, a escolha dos entrevistados ocorreu com base em critérios pré-definidos a partir dos elementos de composição do questionário on-line, como interações sociais, região, idade, hábitos de consumo, tempo de jogo e disponibilidade para participar da terceira fase de estudos. Os dados coletados nessa etapa serão submetidos à técnica da Análise de Conteúdo de Bardin (2016). Com os resultados obtidos, espera-se compreender como ocorrem as interações comunicativas a partir do videogame.

⁶⁵ Manzini (2004, p. 3) apresenta uma síntese com exemplos para as quatro categorias de perguntas propostas por Triviños (1987). “1) perguntas denominadas *consequências* como, por exemplo, ‘o que pode significar para a comunidade urbana, na qual vive a grande quantidade de pessoas, quem não sabe ler nem escrever?’; 2) perguntas avaliativas, do tipo, ‘como julga a resposta da vizinhança ao convite para participar da organização de uma cooperativa?’; 3) questões hipotéticas, como, ‘se você observasse que seus alunos brigam frequentemente entre si, qual seria seu comportamento como professor?’; 4) perguntas categoriais, ‘se você observasse a resposta de seus vizinhos frente à possibilidade de organização de uma cooperativa, em quantos grupos nós poderíamos classificá-los?’”

4.3 ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS

O recorte para se chegar aos dez entrevistados foi desenhado com a técnica de amostragem intencional, que “constitui um tipo de amostragem não probabilística e consiste em selecionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis” (GIL, 2008, p. 94), e critérios definidos no planejamento da pesquisa permitem selecionar os indivíduos que vão compor a amostra. A última pergunta do questionário on-line – “Você teria disponibilidade para participar de uma entrevista individual, mais longa, de mais ou menos uns 40 minutos, presencial ou on-line?” – obteve resposta positiva de 220 participantes, que afirmaram ter disponibilidade e deixaram alguma forma de contato para a terceira fase.

Nesse *corpus* de 220 respondentes, o primeiro critério estabelecido foi um parâmetro de idade, optando-se por jogadores entre 18 e 30 anos, independentemente de gênero e de localização. No segundo critério, foram considerados hábitos de jogo, como tempo diário dedicado, selecionando-se aqueles que afirmaram jogar mais de quatro horas por dia e que jogam diariamente. Como terceiro critério, foi considerada a experiência de jogo entre 1 ano e 15 anos, com a finalidade de comparar as interações comunicativas dos menos aos mais experientes. Aplicado este recorte, não foram encontrados participantes com mais de 25 anos de idade. Com os critérios estabelecidos, 34 respondentes do questionário *survey* foram identificados como entrevistados em potencial para a terceira fase da pesquisa, conforme mostra o QUADRO 3.

QUADRO 3 – CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DE ENTREVISTADOS

Critério	Ordem	Recorte	Corpus
Disponibilidade para participar de entrevista mais detalhada	–	Sim	220
Gênero	–	Indiferente	220
Localização	–	Indiferente	220
Idade	1º	Entre 18 e 30 anos	176
Hábitos de jogo	2º	Mais de 4 horas em jogo diariamente	52
Experiência com o jogo	3º	Entre 1 e 15 anos	34
Total de entrevistados em potencial para a terceira fase			34

FONTE: a autora (2019).

Para atender aos objetivos da presente pesquisa também foi levado em consideração o perfil das interações indicado nas respostas às perguntas abertas P.4; P.12; P.19 (sobre o jogo favorito; porque joga; motivação para ir em eventos), que revelaram detalhes que permitem questionamentos, aliado a um cruzamento das perguntas P. 21 e P.22 (novas amizades e a finalidade delas, se apenas para jogar ou para além do jogo). Respostas como “Pq sei lá '-' viciei nessa b****, e meus amigos só jogam isso, então...” (R488, respondente do questionário em 21/01/2019) e “É um jogo que posso jogar com meus amigos. Eles são a coisa mais importante pra mim” (R347, respondente do questionário em 18/12/2018) instigam a perguntar como as interações comunicativas podem também estar além do jogo e de que maneira isso ocorre.

A escolha dos dez entrevistados se deu com base nas respostas às perguntas abertas que despertaram dúvidas e necessidade de esclarecimentos mais aprofundados sobre as interações comunicativas. Outros questionamentos puderam ser realizados a partir das informações sobre os jogos prediletos, os dispositivos utilizados para jogar e ainda hábitos de consumo com o jogo, além dos cruzamentos com outras perguntas, como já citado anteriormente. No entanto, uma investigação com base nos jogos prediletos apontados na pergunta P.2, conforme o Apêndice B, em que League of Legends e Overwatch aparecem como favoritos, foi descartada, pois se compreende que um recorte nesse sentido poderia deixar em foco somente as interações do jogo – leia-se o *gameplay*. Além disso, um estudo mais minucioso acerca desse elemento, como o Game Design, também deveria ser contemplado.

O roteiro para as entrevistas foi elaborado utilizando a técnica de entrevista semiestruturada composta por blocos temáticos. De acordo com Gray (2012, p. 302), esse instrumento “permite fazer aprofundamento das visões e das opiniões onde for desejável que os respondentes aprofundem suas respostas”. Dessa forma, o roteiro é constituído por três blocos – 1) contexto social compartilhado; 2) dinâmica interacional; 3) dimensão simbólica das interações comunicativas com base nos estudos de França (2008) e França e Simões (2015), conforme mostram as FIGURAS 5 e 6 nas páginas 68 e 69 – aplicados para todos os entrevistados, mas com flexibilidade conforme os rumos de cada entrevista, respeitando os objetivos do presente trabalho. Ainda segundo Gray (2012), o entrevistador tem uma lista com perguntas que pode ou não utilizar, e ainda, pode inverter a ordem de perguntas tendo em conta os caminhos durante a realização da entrevista.

No que diz respeito aos princípios éticos, os entrevistados foram informados sobre os detalhes deste trabalho por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE, disponível no Apêndice D), demais especificações da finalidade e objetivos desta dissertação, com garantia de anonimato. Assim, os participantes dessa etapa possuem identificação alfanumérica – E1, E2, E3 etc – e não têm imagens ou áudios de suas entrevistas divulgados.

Os dados coletados nessa terceira etapa de pesquisa, com entrevistas semiestruturadas, também foram submetidos à técnica da Análise de Conteúdo de Bardin (2016) a fim de organizar os principais assuntos discutidos durante as entrevistas e, posteriormente, realizar a categorização inferencial no sentido de mostrar os resultados obtidos. Dessa forma, foram cumpridas as fases: a) organização da análise; b) codificação; c) categorização; d) tratamento dos dados, inferência e interpretação dos resultados. Na etapa que compreende a organização da análise – que se subdivide em três etapas – as entrevistas foram organizadas a fim de se realizar a “leitura flutuante”. Para a escolha do material a ser analisado (entrevistas semiestruturadas) levou-se em consideração também as regras da homogeneidade (a seleção deve conter o mesmo tema), da exaustividade (nenhum material será deixado de fora) e da pertinência (o material deve ter correlação com os objetivos estabelecidos pela pesquisa).

Ainda na primeira etapa de organização da análise foram preparadas a “referenciação” e a “elaboração dos indicadores”, com o propósito de extrair o conteúdo de comunicação das mensagens. Essa ação permite recortes nos textos e sua organização em unidades comparáveis. Na sequência, a exploração do material auxiliou na organização de categorias para análise temática e unidades de registro e de contexto para uma abordagem inferencial. De acordo com Bardin (2016, p. 134) a unidade de registro “é a unidade de significação codificada e corresponde ao segmento de conteúdo considerado unidade de base, visando categorização e contagem frequencial”. A unidade de contexto, por sua vez, serve como compreensão, com a finalidade de codificar a unidade de registro.

Foi nessa fase final da organização da análise que ocorreram o “tratamento dos resultados” e a “interpretação”, já com algumas inferências e hipóteses encontradas. Na organização da análise tem-se “[...] à disposição resultados fiéis e significativos, pode o analista propor inferências e adiantar interpretações a

propósitos dos objetivos previstos – ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas” (BARDIN, 2016, p. 131).

Na etapa de codificação – que também é constituída por três etapas: o recorte; a classificação e agregação e a enumeração – os textos das entrevistas semiestruturadas foram recortados em frases e agregados com o objetivo de classificá-los ou categorizá-los de acordo com temáticas e o núcleo de sentido das mensagens. Na etapa de categorização, foram considerados inicialmente os blocos temáticos 1) contexto social compartilhado; 2) dinâmica interacional; 3) dimensão simbólica das interações comunicativas, conforme mostra o QUADRO 4.

QUADRO 4 – CATEGORIAS E UNIDADES

Categoria	Definição	Unidade
Contexto social compartilhado	Analisa como os entrevistados estão inseridos na comunidade on-line, bem como ocorrem os usos em redes sociais e plataformas.	Inserção on-line na comunidade Usos das redes sociais e plataformas Relatos da toxicidade ⁶⁶
Dinâmica interacional	Investiga interações por meio de ações e atividades em redes sociais, plataformas e nos jogos, antes, durante e depois	Ações e ou atividades nas redes sociais e plataformas Interações no jogo Interações além do jogo
Interações comunicativas	Identifica interações comunicativas por meio dos variados jogos citados pelos entrevistados	Gírias e termos Linguagem verbal Especificidades dos jogos

FONTE: a autora (2020).

Após a definição de categorias e unidades de análise, para a última etapa foi realizada a interpretação dos resultados, da qual surge a inferência, que é uma “operação lógica, pela qual se admite uma proposição em virtude da sua ligação com outras proposições já aceitas como verdadeiras” (BARDIN, 2016, p. 45).

Essa terceira etapa da pesquisa também contou com o auxílio de observação simples, descrita na subseção a seguir.

4.3.1 Observação simples como suporte

Durante a realização das entrevistas semiestruturadas notou-se a necessidade de observação dos 12 jogos citados pelos entrevistados. Afinal, cada

⁶⁶ A toxicidade refere-se ao comportamento dos jogadores no jogo ou na comunidade. É um tipo de comportamento hostil de linguagem verbal e não verbal.

jogo tem suas especificidades, a começar pelos diferentes gêneros, que, de certa maneira, se relacionam com as questões de interações comunicativas investigadas nesta pesquisa. Portanto, esse procedimento teve como objetivo auxiliar na compreensão dos relatos dos entrevistados. É importante salientar que nos Estudos de Jogos a observação de outros jogadores também é compreendida como método (AARSETH, 2003).

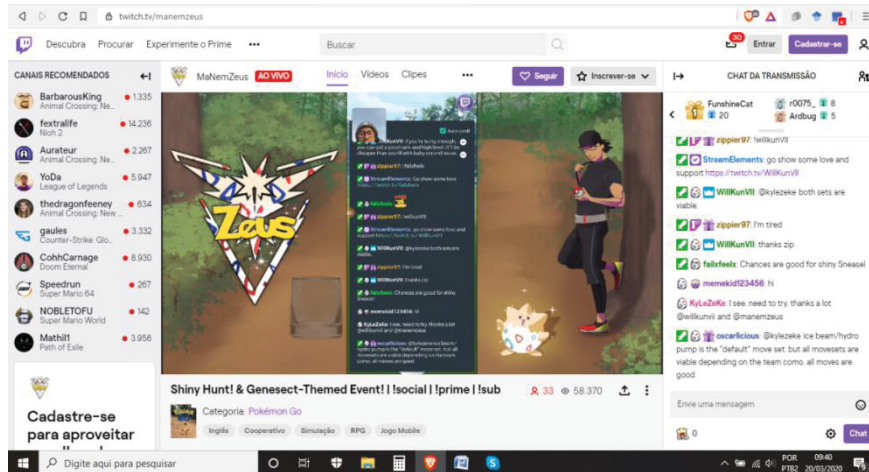
Os participantes da terceira etapa têm preferência por jogos on-line e off-line do tipo *single-player* e *multiplayer*. Para registro desses jogos foi adotada uma abordagem similar à dos estudos já contemplados no campo das Ciências Sociais. A observação simples foi utilizada tendo em conta que esta pode ser considerada como um método de investigação (GIL, 2008). Nesse sentido, depreende-se que essa é uma maneira de estudar situações, comunidades ou grupos de forma espontânea. Realizada de maneira pouco sistemática, é considerada “bem mais adequada aos estudos qualitativos, sobretudo àqueles de caráter exploratório” (GIL, 2008, p. 102). Como não existem regras fixas sobre o que deve ser observado em tais tipos de estudo exploratório, Gil (2008) defende que alguns pontos devem ser considerados pelo pesquisador, como: 1) os sujeitos; 2) o cenário e 3) o comportamento social. Nesse método também se insere o registro da observação, que pode ser feito em cadernos ou diários.

Depois de definido o método, os sujeitos dessa etapa podem ser compreendidos como aqueles que jogam o mesmo jogo citado pelos entrevistados nas entrevistas semiestruturadas. O cenário escolhido para a observação simples foi a Twitch.TV⁶⁷, uma plataforma on-line de *streaming* de jogos de videogame, em que jogadores amadores, iniciantes e também profissionais transmitem suas partidas em tempo real. A Twitch.TV possui inúmeros canais em que é possível assistir e também participar das conversas por meio de um chat, conforme mostra a FIGURA 7. Além disso, foi escolhida por ser um canal aberto, sem a necessidade de cadastro para assistir aos jogos. A partir desse cenário, a observação simples contemplou o

⁶⁷ A Twitch.TV, também chamada de Twitch, surgiu nos Estados Unidos da América em 2011 como um subproduto da Justin.TV. A plataforma tem como foco a transmissão ao vivo de jogos de videogame, bem como as competições de e-Sports. É utilizada por jogadores amadores, iniciantes e *streamers*. Além da possibilidade de transmitir e assistir jogos, os usuários podem também interagir com outros jogadores, uma vez que a plataforma possui um chat para cada canal. A Twitch foi adquirida pela Amazon em 2014 e conta ainda com canais de notícias, talk shows, podcasts de inúmeros países. Disponível em: <https://www.twitch.tv/>. Acesso em: 8 jan. 2020.

comportamento social, fazendo jus aos objetivos da presente dissertação com foco nas interações comunicativas.

FIGURA 7 – TWITCH.TV: CANAL MANEMZEUS



FONTE: Reprodução Twitch.TV.

Captura de tela do Canal MaNemZeus que mostra ao vivo o jogo Pokémon GO.

A observação simples foi realizada entre os dias 8 e 19 de janeiro de 2020, de maneira simultânea ao período das entrevistas semiestruturadas, ocorrendo no mesmo dia, logo após o encerramento da entrevista, ou no dia seguinte. Cada canal corresponde a um tipo de jogo citado nas entrevistas e foi observado por cerca de uma hora, como mostra o QUADRO 5. O detalhamento do registro foi realizado em um caderno e ficou concentrado nas possibilidades de interações comunicativas existentes em cada jogo. Para tanto, foi observado se o jogador estava jogando sozinho ou com outros jogadores no mesmo ambiente físico (num quarto, numa loja, na rua), se estava conversando com os demais jogadores da partida – e, caso sim, como: se por meio de voz ou texto.

QUADRO 5 – CANAIS OBSERVADOS NA TWITCH.TV

Nome do Canal	Link do canal	Jogo	Data	Horário
Sacy	www.twitch.tv/sacy	League of Legend	08/01/2020	14h06/15h11
ED Hunter CS	www.twitch.tv/edhuntercs	CS:GO	09/01/2020	17h22/18h27
Maratopois	www.twitch.tv/maratopois	The Legend of Zelda	10/01/2020	17h31/18h45
Shion BR	www.twitch.tv/shionbr	Overwatch	11/01/2020	14h33/15h47
MaNemZeus	www.twitch.tv/manemzeus	Pokémon GO	11/01/2020	20h16/21h18
Third Wall	www.twitch.tv/thirdwall	Super Mário	12/01/2020	15h21/16h19

IsandSis	www.twitch.tv/isandsis	Tekken 7	12/01/2020	20h11/21h13
South Cricket	www.twitch.tv/south_cricket	Monster Hunter World	14/01/2020	20h30/21h35
Imlí	www.twitch.tv/imli	Final Fantasy XIV	16/01/2020	14h30/15h32
Fabio Andrade	www.twitch.tv/fabioandrade	Guild Wars 2	17/01/2020	21h14/22h17
DanAzevedo	www.twitch.tv/danazevedo	The Last of Us	18/01/2020	15h06/16h10
AndreasARK	www.twitch.tv/andreasark	Ark Survivor	19/01/2020	20h02/21h05

FONTE: a autora (2020).

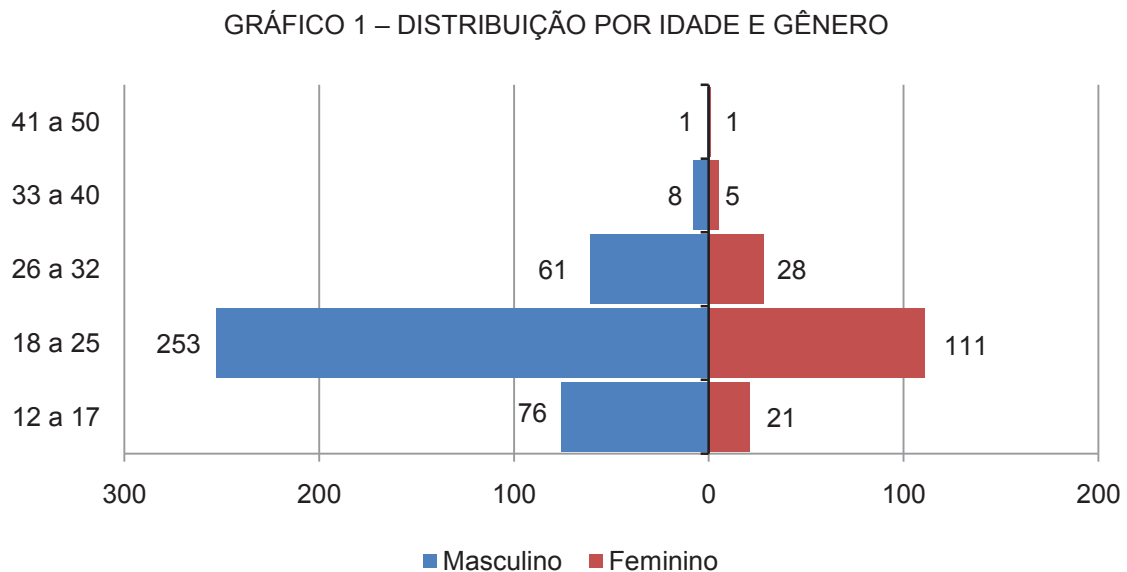
A partir desse trabalho de observação foi elaborada uma classificação dos jogos, com a finalidade de apresentar aqueles em que a comunicação entre os jogadores durante a partida é fundamental para desenvolver estratégias e os que não possuem essa característica.

Os resultados obtidos nessa etapa da pesquisa são apresentados no próximo capítulo.

5 INTERAÇÕES ON-LINE EM EVIDÊNCIA

Na presente seção são apresentados os resultados do questionário on-line, que é composto por perguntas fechadas e abertas e foi respondido por 574 jogadores. Nos trechos das respostas às questões abertas (P.4, P.12 e P.19), utilizados a fim de ilustrar de maneira qualitativa alguns dos resultados, os respondentes são nominados com a letra R seguida do número de identificação de cada um, como já explicitado na página 79, no capítulo sobre a metodologia do presente trabalho.

Sobre o perfil dos respondentes 70% são do gênero masculino, 29% do gênero feminino e 1% preferiram não informar. A idade dos respondentes varia entre 12 e 53 anos⁶⁸. O GRÁFICO 1 mostra a distribuição dos participantes por idade e gênero.



FONTE: a autora (2019).

Em relação ao grau de escolaridade, 40,9% dos respondentes afirmaram ter ensino superior incompleto; 23,3% com ensino médio completo; 22,0% com ensino superior; 7,8% com ensino médio incompleto; 3,8% com Ensino Fundamental Completo e 2,1% com ensino fundamental incompleto. Sobre a região (localização)

⁶⁸ Nove participantes não informaram o gênero e não foram contabilizados no Gráfico 1. Neste gráfico a base é 565.

dos participantes do questionário on-line, 567 (99%) residem em território brasileiro e sete (1%) são de outros países, sendo cinco de Portugal, um da Espanha e um dos Estados Unidos. Na distribuição por região do Brasil, a maioria – 320 respondentes (56,4%) – vive na região Sudeste, conforme mostra a TABELA 1.

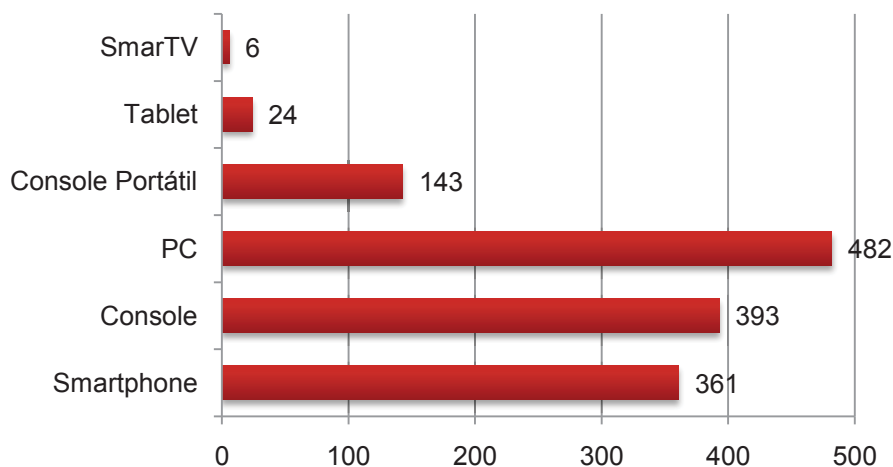
TABELA 1 – PARTICIPANTES POR REGIÃO DO BRASIL

Região	Quantidade	Percentual
Centro-Oeste	34	6,1%
Nordeste	43	7,6%
Norte	10	1,8%
Sudeste	320	56,4%
Sul	157	27,7%
Não informou	3	0,5%
Total	567	100%

FONTE: a autora (2019).

Após as perguntas sobre perfil, o primeiro bloco de questões, “Dispositivos e jogos favoritos”, é composto por quatro perguntas. Para a P.1 – Qual(is) dispositivo(s) você usa para jogar?, pergunta de múltipla escolha, em que era possível assinalar mais de uma –, o PC (*personal computer*) aparece como principal dispositivo, citado 482 vezes, conforme se pode ver no GRÁFICO 2.

GRÁFICO 2 – DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA JOGAR



FONTE: a autora (2019).

Esses dados já podem ser compreendidos como indicativos dos tipos de jogos preferidos pelos respondentes, uma vez que os jogos favoritos mais citados na resposta seguinte estão entre aqueles que requerem máquinas mais robustas para serem rodados. Como resposta à P.2 – Qual o seu jogo favorito? –, aparecem em primeiro lugar o League of Legends (LoL), citado por 20,7%, seguido pelo Overwatch (15,3%), ambos de empresas norte-americanas. O primeiro foi desenvolvido pela Riot Games e lançado em 2009; o segundo é da Blizzard Entertainment e chegou ao mercado em 2016.

FIGURA 8 – LEAGUE OF LEGENDS



FONTE: Reprodução League of Legends BR.

Cena do League of Legends, um jogo do gênero MOBA que pode ser jogado on-line e em equipe.

FIGURA 9 – OVERWATCH



FONTE: Reprodução Overwatch Brasil.
Cena do Overwatch, um jogo do gênero FPS.

Sobre o jogo favorito (P2), os respondentes citaram 130 jogos, que foram organizados em uma tabela indicando a quantidade de vezes que cada um foi citado e o percentual correspondente (vide Apêndice C). Os jogos favoritos citados também foram classificados⁶⁹ de acordo com o gênero e organizados na TABELA 2, abaixo. É possível verificar que os gêneros MOBA e FPS são os prediletos, cada qual com percentual de 22%.

TABELA 2 – FAVORITOS POR GÊNERO DE JOGO

Gênero	Quantidade	Percentual
FPS	128	22,3%
MOBA	126	22,0%
RPG	90	15,7%
Ação/Aventura	89	15,5%
Outros (Grande Estratégia; Jogos de Cartas; Luta; Metroidvania; Musical; Puzzle; Roguelike; RTS; Simulador de Vida; TPS)	33	6,8%
Survival Horror	29	5,1%
Plataforma	24	4,2%
Esporte/Futebol/Corrida	24	3,7%
MMORPG	21	3,1%
Battle Royale	10	1,7%
Total	574	100%

FONTE: a autora (2019).

A pergunta P.3 solicitou aos jogadores mais dois ou três jogos prediletos. Essa não era uma questão de preenchimento obrigatório. Portanto, seus resultados, bem como a classificação dos jogos apontados por gênero, são apresentados no Apêndice C.

⁶⁹ Essa classificação ocorreu conforme as especificações do mercado. De acordo com Adriana Kei Ohashi Sato e Marcos Vinicius Cardoso (2014, p.59), há “[...] falta de coerência ou unanimidade nas classificações encontradas tanto no mercado quanto no meio acadêmico”. Nesse sentido, os autores propõem uma classificação baseada nas mecânicas de jogo, perspectiva que não foi utilizada para classificar os gêneros de jogos da presente pesquisa. É importante destacar ainda que para um maior alcance de público, muitas vezes os jogos reúnem características de diferentes categorias, tornando árdua a tarefa de classificação. “As classificações encontradas no mercado de jogos eletrônicos apesar de servirem para objetivos de Marketing não são exatas e são em muitos casos confusas. É preciso que a academia e os desenvolvedores locais entendam o que o mercado espera, entretanto, é importante que uma classificação baseada em base mais concreta seja estabelecida” (SATO; CARDOSO, 2014, p. 63). SATO, Adriana Kei Ohashi; CARDOSO, Marcos Vinicius. Além do gênero: uma possibilidade para a classificação de jogos. **SBC–Proceedings of SBGames**, v. 8, p. 54-63, 2014. Disponível em: <https://docplayer.com.br/9174875-Alem-do-genero-uma-possibilidade-para-a-classificacao-de-jogos.html>. Acesso em: 10 abr. 2019.

Na pergunta P.4 os respondentes descreveram em poucas palavras porque o primeiro jogo citado é o favorito. As respostas a essa pergunta aberta foi submetida à técnica de Análise de Conteúdo de Bardin (2016), a fim de destacar, de maneira qualitativa, uma palavra que pudesse resumir a preferência pelo jogo de cada respondente. O resultado é apresentado na nuvem composta pelas 52 palavras mais frequentes nas respostas, conforme mostra a FIGURA 10.

FIGURA 10 – PALAVRAS IDENTIFICADAS COM OS JOGOS APONTADOS COMO FAVORITOS



FONTE: a autora (2019).

Nesta visualização, a narrativa, a interação e a jogabilidade aparecem com maior destaque. É importante destacar que a interação citada pelos respondentes se trata da interação com amigos e novas pessoas que o jogo pode proporcionar. Nesse procedimento ainda, as palavras foram agrupadas novamente em cinco categorias, para verificar o percentual de cada uma. Fazendo a leitura dos conceitos articulados por autores como Murray (2003); Hunicke et al. (2004); Järvinen (2007); Santaella (2008); Thompson (2008); Juul e Norton (2009); Amaro (2016); Romanus (2016); Lopes (2017), as palavras ficaram alocadas nas categorias jogabilidade

(29%), narrativa (23%), mecânica (20%), estética (14%), interação (11%) e outros⁷⁰ (3%), conforme mostra a TABELA 3.

TABELA 3 – PALAVRAS RELACIONADAS AOS JOGOS FAVORITOS POR CATEGORIA

Categorias	Autores	Palavras	Percentual
Jogabilidade	JUUL; NORTON (2009) AMARO (2016) LOPES (2017)	Jogabilidade; Divertido; Experiência, Dinâmica; Possibilidades; Viciante; Emocionante; Versatilidade; Distração; Aprendizado; Simulação; Diversão; Aventura; Liberdade; Exploração; Cativante	29%
Narrativa	MURRAY (2003)	Narrativa; Personagens	23%
Mecânica	HUNICKE <i>et al.</i> (2004) JÄRVINEN (2007) ROMANUS (2016)	Mecânica; Competitivo; Desafios; Estratégico; Estilo; Fácil; Futebol; Estratégia; Sobrevivência; Evolução; Casual; Habilidades; Ação; Recompensas	20%
Estética	MURRAY (2003) HUNICKE <i>et al.</i> (2004) JÄRVINEN (2007) SANTAELLA (2008) ROMANUS (2016)	Estética; Nostalgia; Imersão; Realista; Fantásticos	14%
Interação	THOMPSON (2008)	Interação; Comunidade	11%
Outros		Novidade; Diversidade; Conteúdo; Inovação; Polido; Inovador; Variedade; Tradição; Surpresa; Tóxico; Suporte; Acessível; Diversificado	3%
Total			100%

FONTE: a autora (2019).

Alguns dos respondentes aproveitaram o espaço disponibilizado no questionário para a P.4 e fizeram relatos mais completos sobre o seu jogo favorito. “TUDO (de maneira absoluta) no jogo me agrada imensamente. A história por trás de tudo, a maneira que ela nos é explicada, o mistério maior que ronda o destino do protagonista, as músicas e acima de tudo a jogabilidade” (R285, respondente do questionário em 12/12/2018). Mencionada por esse jogador como o principal atributo do jogo, a jogabilidade “[...] tem relação com os atributos do jogo que conformam as formas de jogar. É uma propriedade do jogo, da mesma forma que legibilidade é uma característica do texto e não do seu leitor [...]” (FRAGOSO; AMARO, 2018,

⁷⁰ Não foi possível categorizar essas palavras por meio de conceitos encontrados na literatura da área de *Game Studies*.

glossário). Para R335, respondente do questionário em 18/12/2018, a jogabilidade também é um ponto fundamental: “O estilo de jogo combina com o que eu curto, ação medieval e boa jogabilidade”.

Já para R247, respondente do questionário em 12/12/2018, aspectos da narrativa e da estética são importantes: “Me identifico muito com a protagonista e com o modo que ela encara as situações, a fotografia e a trilha sonora são impecáveis e a viagem no tempo sempre me atraiu”. Audi (2010, p. 5) observa que “a imersão do jogador em uma nova realidade (característica fundamental de um jogo) é uma experiência de estar dentro de um mundo simulado, independente do mundo real”. Nesse sentido, conforme Murray (2003, p. 101) “a experiência de ser transportado para um lugar primorosamente simulado é prazerosa em si mesma, independente do conteúdo da fantasia”.

Ainda sobre a narrativa, R70, respondente do questionário em 11/12/2018, relata: “Eu jogo ele desde pequeno e sempre fui apaixonado pela protagonista e da narrativa de cada um deles”. Esse participante da pesquisa on-line tem como jogos favoritos Tomb Raider, do gênero ação e aventura, lançado em 2001. Ao observar o relato do respondente R70, é possível reforçar o que Janet Murray (2003) define como história no labirinto, que tem raízes na antiguidade⁷¹. Independentemente de ser caracterizado como um quebra-cabeça ou um videogame em combate, esse labirinto sempre envolve narrativas de aventuras, com uma história de perigo e salvação. De acordo com a autora, o que prevalece são a “fusão entre um problema cognitivo (encontrar o caminho) e um padrão emocional simbólico (enfrentar o que é assustador e desconhecido)” (MURRAY, 2003, p. 129). Mesmo quando se trata de jogos em ambiente digital, essas características predominam. “Seja simples ou complexo, um labirinto de aventura é especialmente apropriado para o ambiente digital porque a história está amarrada à navegação do ciberespaço” (MURRAY, 2003, p. 130).

Para participantes como R158, respondente do questionário em 12/12/2018 e que tem como gênero predileto jogos FPS e MMORPG, a interação é um quesito importante: “Interação em tempo real com outros jogadores, dependendo de uma boa comunicação e sinergia em equipe”. Isso mostra o caráter híbrido dos tipos de

⁷¹ Para exemplificar como o labirinto de histórias tem raízes na antiguidade, Murray (2003) destaca o mítico Rei Dédalo, da ilha de Creta, e o labirinto construído ao redor do mortífero Minotauro.

interação, conforme propõe Thompson (2008) ao tratar de novas tecnologias, computadores e internet.

Tais tecnologias criam uma variedade de situações de interação que têm características próprias. Poderíamos rotular genericamente essas situações como sendo variações de uma «interação mediada por computador», mas, na prática, temos que distingui-las. (THOMPSON, 2008, p. 19).

Para exemplificar, uma situação seria a de um jogador que está conectado em lugar diferente de outros jogadores (em sua casa, por exemplo), sendo esta uma característica da interação mediada, com separação dos contextos, e ao mesmo tempo utilizando-se da “multiplicidade de deixas simbólicas”, característica da interação face a face.

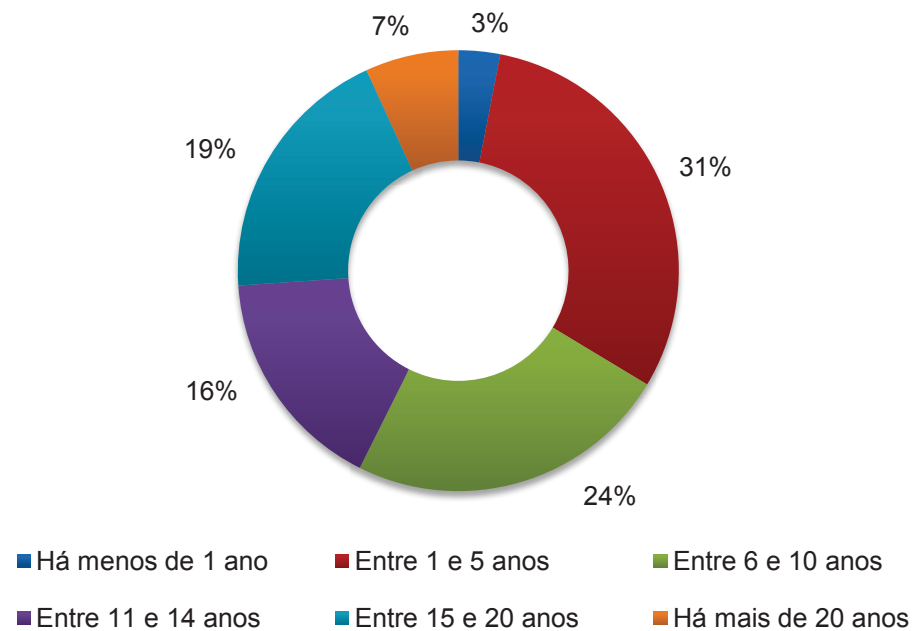
Já R291, respondente do questionário em 12/12/2018, deixa evidente que o seu jogo favorito vai além do gameplay: “Porque foi um local onde eu encontrei muitas pessoas que eu posso chamar de amigos”. Isso fornece pistas sobre como as interações perpassam o jogo e extrapolam a ideia de “círculo mágico” (HUIZINGA, 2000), indo além daquilo que se refere apenas ao jogar e tendo um significado mais cultural.

Apesar de Huizinga (2008) não analisar os jogos eletrônicos em sua obra, é correto afirmar que jogar videogame é uma atividade voluntária que faz parte da cultura (pertence aos hábitos da comunidade); é realizada em um espaço físico e tempo limitados; transporta o jogador para outra realidade; e possui um conjunto de regras aceito espontaneamente. (AUDI, 2010, p. 7).

A pergunta P.4 trouxe diferentes perspectivas sobre como o videogame pode ser estudado, com destaque para aspectos da narrativa, da jogabilidade e da interação, levando em consideração as especificidades dos jogos.

No segundo bloco da pesquisa on-line, que aborda tempo de jogo e locais, os participantes responderam sobre há quanto tempo jogam (P.5), com qual frequência (P.6; P.7; P.8), lugares onde costumam jogar e locais que frequentam (P.9; P.10; P.11). A primeira pergunta desse bloco, P.5, revela que a maioria dos respondentes tinha entre 1 e 5 anos de tempo de experiência com jogos (32%), seguida pela parcela com 6 a 10 anos (25%), conforme o GRÁFICO 3.

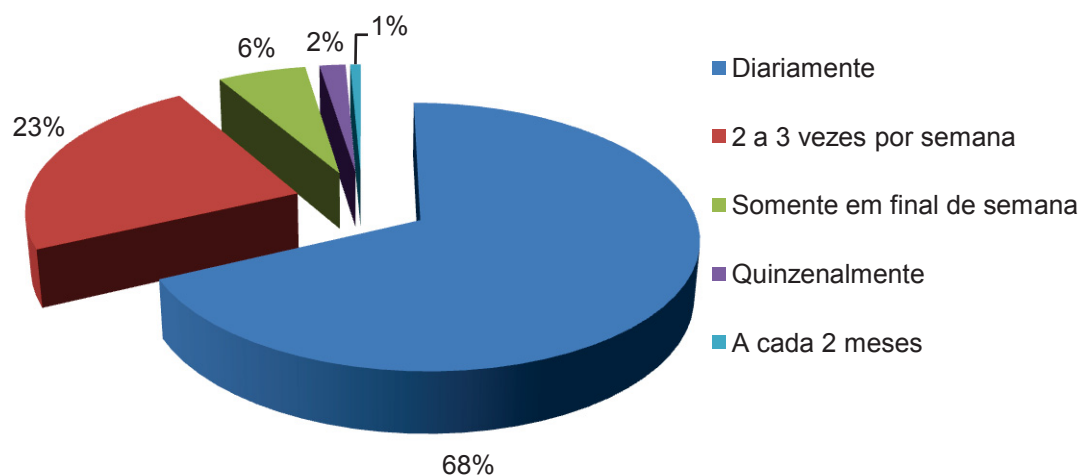
GRÁFICO 3 – TEMPO DE EXPERIÊNCIA COM JOGOS



FONTE: a autora (2019).

Com relação à frequência (P.6), a maioria dos respondentes (68%) joga diariamente, conforme mostra o GRÁFICO 4. O percentual de 1% que respondeu “A cada 2 meses” está relacionado a jogadores que preferem jogar no período de férias escolares.

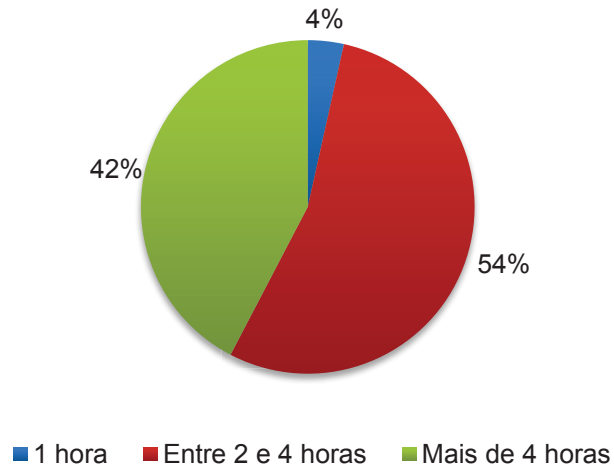
GRÁFICO 4 – FREQUÊNCIA COM QUE JOGA



FONTE: a autora (2019).

Os jogadores também responderam à P.7, sobre o tempo médio dedicado à atividade a cada vez que jogam. A maioria (54%) fica entre 2 e 4 horas, como demonstra o GRÁFICO 5.

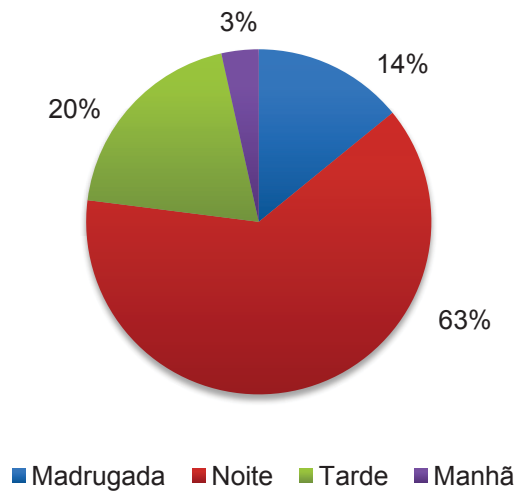
GRÁFICO 5 – TEMPO MÉDIO DEDICADO AO JOGO A CADA VEZ



FONTE: a autora (2019).

Sobre o horário (período) em que joga com maior frequência, a maioria (63%) aponta o período da noite. O período da tarde é o segundo preferido pelos jogadores (20%), conforme mostra o GRÁFICO 6.

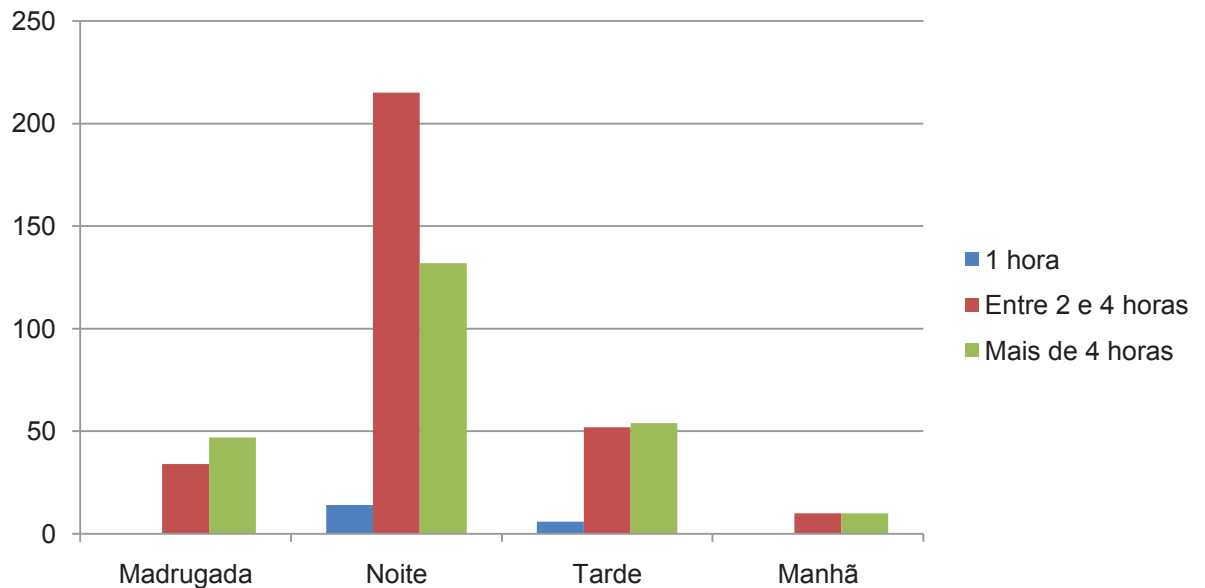
GRÁFICO 6 – HORÁRIO QUE JOGA COM MAIOR FREQUÊNCIA



FONTE: a autora (2019).

O cruzamento entre as perguntas P.7 e P.8 mostra a quantidade de horas de jogo por período, conforme detalhado no GRÁFICO 7.

GRÁFICO 7 – TEMPO MÉDIO DEDICADO AO JOGO POR PERÍODO DO DIA



FONTE: a autora (2019).

Na pergunta P.9, sobre locais em que costumam jogar, 100% dos respondentes afirmaram que é em casa. Já na P.10, sobre se na cidade em que residem existe algum espaço especializado, como bares/lanchonetes, onde ocorrem competições, 73% dos respondentes disseram que não. Os 27% que afirmaram que existem tais locais (155 respondentes) estão concentrados nos estados do Paraná e de São Paulo (vide Apêndice C).

No terceiro bloco de perguntas, Motivações e Interações Sociais, os participantes responderam de maneira espontânea porque jogam (P.12). Depois, em pergunta estimulada, se jogam geralmente sozinhos ou com os amigos e se jogam on-line (P.13; P.14). A pergunta P.12 era aberta e passou pelo procedimento da técnica de Análise de Conteúdo de Bardin (2016), organizando os resultados de maneira quantitativa e depois utilizando o SPSS para verificação de percentual, conforme mostra a TABELA 4.

TABELA 4 – MOTIVAÇÃO PARA JOGAR

Motivação	Quantidade	Percentual
Diversão (Distração; Entretenimento)	313	42%
Fugir da rotina/Aliviar o estresse	107	14%
Passatempo	84	11%
Não soube responder	79	11%
Outros (Influência da família; Controle da ansiedade/depressão; Competitividade; Aprendizado Cognitivo)	68	9%
Experiência (Narrativa; Fantasia; Interatividade)	64	9%
Interação com amigos (Contato; Novas Amizades)	33	4%
Total	748	100%

FONTE: a autora (2019).

Alguns termos foram mais frequentes nas respostas a essa pergunta aberta, como as palavras “diversão” e “entretenimento”. “Por diversão; uso o game como recompensa por estudar muito e trabalhar muito durante o dia” (R106, respondente do questionário em 11/12/2018). “Porque é uma das maneiras de me divertir, deixar o stress do dia a dia de lado” (R25, respondente do questionário em 11/12/2018). Já R1, respondente do questionário em 7/12/2018, relata que jogar videogame “é algo que permite que eu me reúna (ainda que virtualmente) e converse com meus amigos”. Outros respondentes afirmam que jogar videogame ajuda a contornar a depressão e a ansiedade. “Pq é a única coisa q me tira da depressão” (R66, respondente do questionário em 11/12/2018). “Porque os jogos ajudam a me distrair e ajudam [sic] a controlar minha ansiedade” (R218, respondente do questionário em 12/12/2018).

Uma observação importante relacionada a essa pergunta é que alguns participantes não souberam responder de maneira objetiva as razões pelas quais jogam e consideraram diversos fatores.

Ah, não vou saber responder uma pergunta tão complexa. Os jogos sempre estiveram ai [sic], fazem parte da história humana, são os meios de entretenimento nos quais nos ocupamos, enriquecemos nossa cultura e interagimos. Jogar é quase um requisito para sobreviver, independente de qual jogo você jogue (R236, respondente do questionário em 12/12/2018).

Por esse ângulo, é possível materializar a concepção cultural pela qual Huizinga (2000) definiu o jogo. Ao analisar que os participantes veem no jogo uma forma de sobreviver à rotina diária, emerge a ideia de “círculo mágico” também proposta pelo autor, uma vez que o jogo se resume em si, apenas naquele momento. Nessa mesma lógica, o potencial narrativo dos jogos digitais, desde a imersão, agência e transformação (MURRAY, 2003), também é destacado.

Jogos são, na minha humilde opinião, nossa inesgotável fonte de magia. <3 Desde criança eu vivi várias vidas, fui várias pessoas, tive várias personalidades, várias habilidades e se eu for continuar falando tudo que os jogos proporcionam tirando o raciocínio rápido, mobilidade motora (dependendo do jogo) e momentos inesquecíveis isso vai virar um texto enorme, mas o real motivo pelo qual eu jogo, é que jogos são feitos por pessoas, eles SEMPRE vão trazer algo de seu criador, seja um sentimento, uma arte, uma música, jogos são um conjunto e nesse conjunto existe tanta coisa, tantos detalhes, é difícil explicar tudo isso em poucas palavras, jogos ensinam, divertem, tiram aquela sensação de um dia ruim, ajudam na autoestima, na autoaceitação, eles trazem histórias de conscientização, são feitos para mim, para você, para criança, pro adulto, são feitos para todos, jogos não discriminam, jogos tendem a unir, criar momentos, criar sentimentos. Por isso eu jogo <3 (R226, respondente do questionário em 12/12/2018).

Complementando esse sentido, é possível vislumbrar na literatura também as dificuldades encontradas no âmbito teórico em relação à compreensão do jogo, seus conceitos e significados.

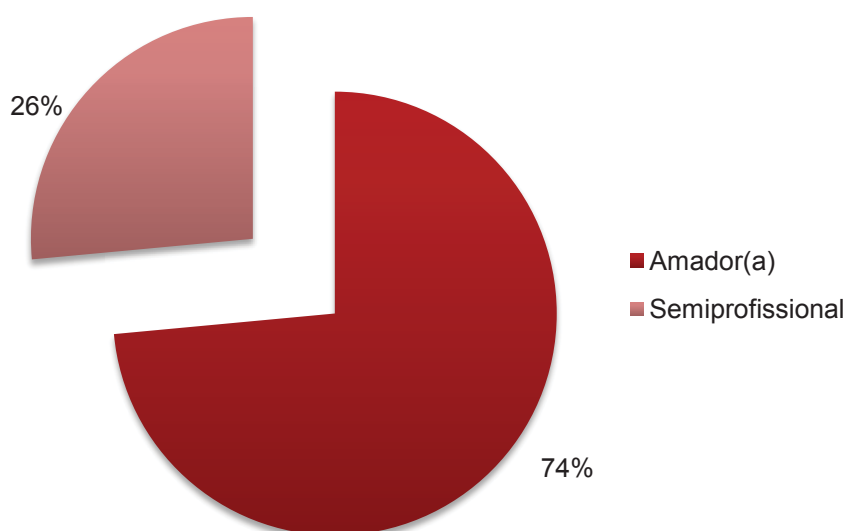
Todas elas [teorias] se interrogam sobre o porquê e os objetivos do jogo. As diversas respostas tendem mais a completar-se do que a excluir-se mutuamente. Seria perfeitamente possível aceitar quase todas sem que isso resultasse numa grande confusão de pensamento, mas nem por isso nos aproximaríamos de uma verdadeira compreensão do conceito de jogo. Todas as respostas, porém, não passam de soluções parciais do problema. (HUIZINGA, 2000, p. 6, grifo nosso).

Na P.13, pediu-se aos participantes que informassem como jogam geralmente, se sozinhos ou com amigos. Mais da metade – 56% (325 participantes) – afirmaram que jogam geralmente com amigos e 44% (249 participantes) disseram que jogam geralmente sozinhos. Nas respostas à P.14, 95% afirmaram que jogam on-line. Os 5% (29 respondentes) que não jogam on-line fazem parte dos que responderam que utilizam Console, *Smartphone* e Console Portátil para jogar. Entre

seus jogos favoritos estão os dos gêneros Plataforma, Ação/Aventura, Esportes e Simulador de Vida.

No quarto bloco, Participação em Torneios, os participantes responderam questões sobre seu nível como jogadores (P.15). Na sequência, responderam sobre a participação em torneios on-line e presenciais (P.16; P.17), locais em que ocorrem torneios e nos quais que estiveram presentes nos últimos 12 meses (P.18) e a motivação para estar presente nesses locais (P.19). A primeira pergunta do bloco, P.15, tinha como opções Amador(a), Semiprofissional e Profissional. A maioria dos respondentes (74%; 422), como mostra o GRÁFICO 8, se considera jogador de nível amador e 26% (152), semiprofissional. Nenhum indicou ser profissional.

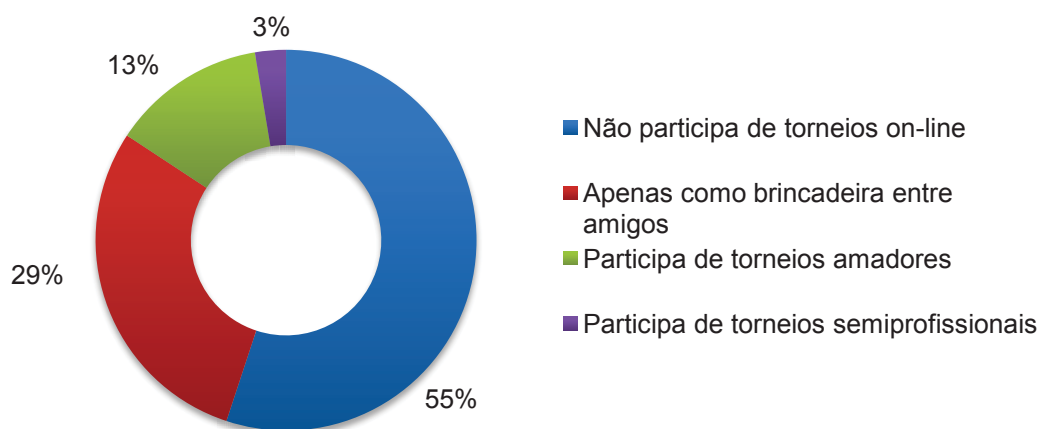
GRÁFICO 8 – NÍVEL COMO JOGADOR



FONTE: a autora (2019).

Já sobre a participação em torneios on-line (P.16), a maioria (55%; 315 respondentes) afirmou que não participa e 29% (167 respondentes) afirmam que participam apenas como brincadeira entre amigos. Em menor percentual, 13% afirmam que participam de torneios amadores, enquanto 3% participam de torneios semiprofissionais, conforme mostra o GRÁFICO 9.

GRÁFICO 9 – PARTICIPAÇÃO EM TORNEIOS ON-LINE



FONTE: a autora (2019).

Sobre ir presencialmente em torneios de videogames, como eventos/feiras, torneios oficiais ou em espaços especializados como bares/lanchonetes onde ocorrem competições (P.17), a maioria (53%; 307 respondentes) disse que vai presencialmente a tais eventos ou locais. A pergunta P.18 pediu para que os respondentes citassem até três locais em que estiveram presentes nos últimos 12 meses. A TABELA 5 mostra os resultados, divididos por região do Brasil e tipo de local ou evento, para 198 respondentes que estiveram em locais desse tipo nos 12 meses anteriores à pesquisa e que citaram pelo menos um local ou nome do evento.

TABELA 5 – LOCAIS/EVENTOS NOS ÚLTIMOS 12 MESES

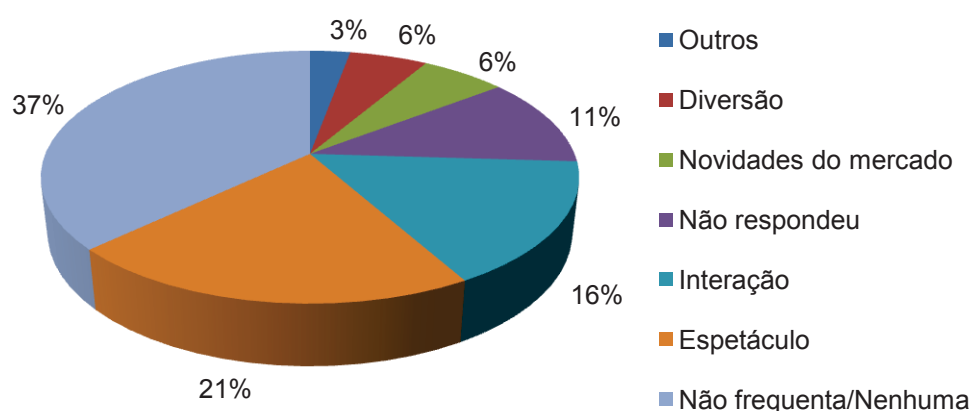
Região	Bar	Espaço Especializado	Evento	Feira	Torneio	Torneio Oficial	Base
Centro-Oeste	25%	12,5%	50%	25%	0%	37,5%	8
Norte	33,3%	0%	83,3%	0%	0%	0%	6
Nordeste	14,3%	7,1%	78,6%	0%	0%	21,4%	14
Sudeste	8%	6,3%	58,9%	42%	4,5%	16,1%	112
Sul	53,4%	3,4%	48,3%	13,8%	5,2%	8,6%	58

FONTE: a autora (2019).

A última pergunta desse bloco, P.19, questionou sobre a motivação para ir presencialmente a tais locais e/ou eventos. Essa era uma pergunta aberta e também precisou passar por codificação e pelo *software* SPSS para chegar a um percentual. O percentual de 3% (Outros) está relacionado a respostas que apontam como motivação para ir a esses locais e/ou eventos o aprendizado; questões de trabalho; e ainda para xingar os outros e pela experiência de estar presente no local. “A experiência de estar em um local é muito mais forte do que somente assistir por mídia. Eu me envolvo mais quando estou presente” (R472, respondente do questionário em 21/01/2019).

Conforme o GRÁFICO 10, para a P.19, 37% afirmam não ter motivação alguma para estar presencialmente em locais e/ou eventos. Já 21% afirmam que a motivação é para ver o espetáculo, ou seja, ver os grandes profissionais (*pro-players*) e outras atrações, como competições de *cosplay*⁷² que acontecem nesses locais e/ou eventos. Para 16% dos participantes, a principal motivação é a interação com os amigos, estar na presença destes ou ainda fazer novas amizades, conhecer novas pessoas. Nesse ponto, começam a emergir questionamentos relacionados ao âmbito das interações, sejam estas sociais ou comunicativas, pois estas possuem um sistema referencial espaço-temporal comum (THOMPSON, 2002) e um contexto social compartilhado (FRANÇA; SIMÕES, 2015).

GRÁFICO 10 – MOTIVAÇÃO PARA IR A LOCAIS E/OU EVENTOS



FONTE: a autora (2019).

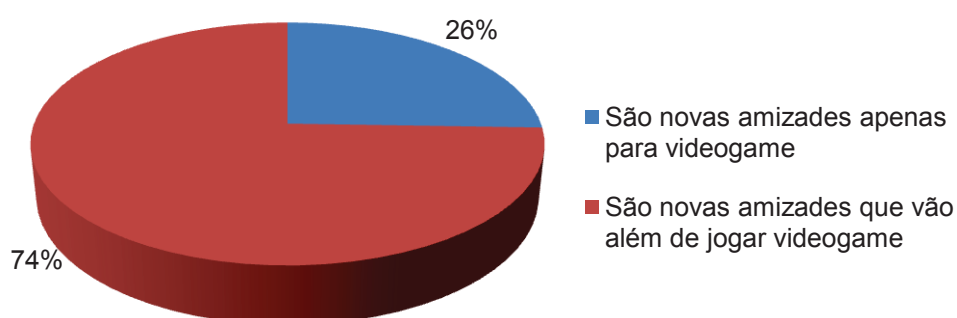
⁷² O *cosplay* pode ser compreendido como um *hobby* ou costume de se transformar em uma personagem utilizando fantasias.

No quinto e último bloco, Interações Sociais On-line/Off-line, os participantes responderam questões como: se de alguma maneira o videogame permitiu conhecer novas pessoas e fazer novas amizades, sejam estas on-line ou off-line(P.20; P.21; P.22) e, por fim, se jogam on-line e em equipe (P.23; P.24).

Os resultados da primeira pergunta desse bloco (P.20) mostram que 95% (546) dos respondentes conheceram novas pessoas e fizeram novas amizades por meio do videogame. Na sequência, na pergunta P.21, desses 546 participantes, 70% (384 respondentes) afirmam que fizeram mais amizades on-line, enquanto 30% (162 respondentes) afirmam que fizeram mais amizades off-line. Esses números fornecem pistas para investigação da dimensão prática das interações comunicativas (FRANÇA; SIMÕES, 2015), constituídas de uma dinâmica relacional num contexto de mútua referência que envolve jogadores de videogames.

Na pergunta P.22 sobre, qual opção que melhor define essas novas amizades, a maioria afirma que elas vão além de jogar videogame. Essa resposta é apontada tanto por quem afirma que fez mais amizades on-line como por quem afirma que fez mais amizades off-line. O GRÁFICO 11 mostra que entre os que fizeram mais amizades on-line, 74% (286) afirmaram que “são novas amizades que vão além de jogar videogame”, enquanto 26% (98) afirmam que “são novas amizades apenas para videogame”.

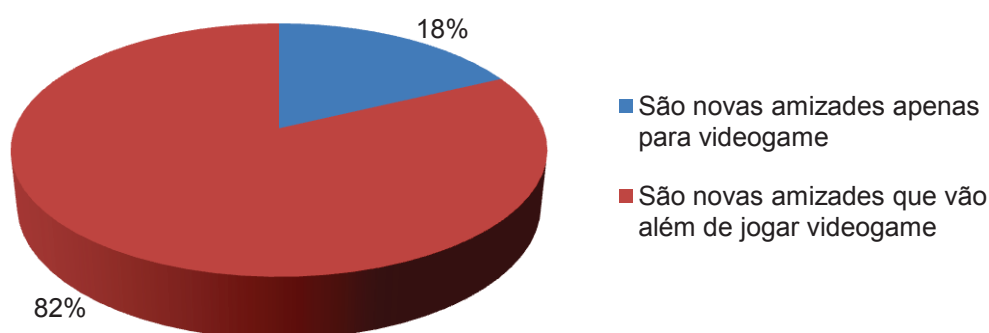
GRÁFICO 11 – OPÇÃO QUE MELHOR DESCREVE AMIZADES ON-LINE



FONTE: a autora (2019).

Já para os que afirmam que fizeram mais amizades off-line (30%; 162 respondentes) o percentual dos que afirmam que “são novas amizades que vão além de jogar videogame” é de 82%. Para 18%, essas “são novas amizades apenas para videogame”, conforme demonstra o GRÁFICO 12.

GRÁFICO 12 – OPÇÃO QUE MELHOR DESCREVE AMIZADES OFF-LINE

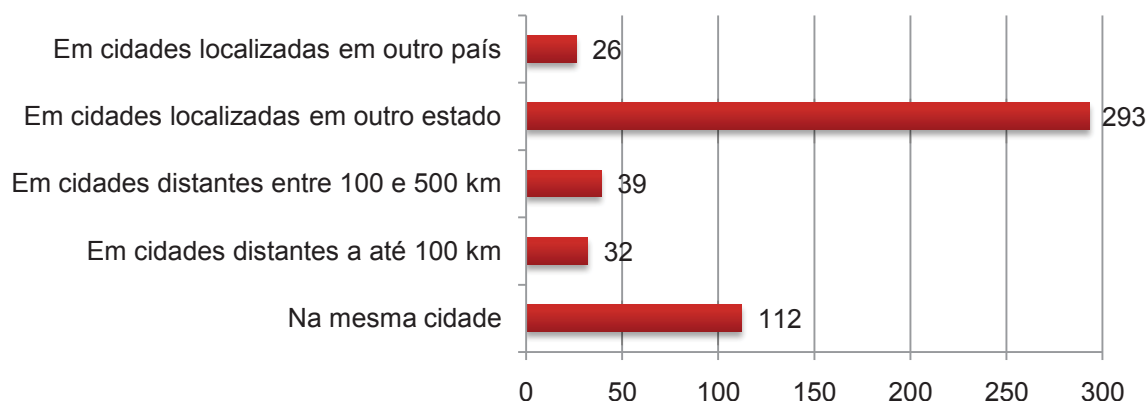


FONTE: a autora (2019).

Nessa perspectiva, se enaltecem os estudos de Thompson (2008, p. 17) no que compreende como Teoria Interacional da Mídia, a qual trata das “novas formas de agir e interagir” que são criadas a partir das “[...] mídias comunicacionais que não se restringem aos aparatos técnicos usados para transmitir informações de um indivíduo a outro [...]”. Dessa forma, a interação face a face, que é marcada pelo contexto de co-presença e o compartilhamento do mesmo espaço-tempo (THOMPSON, 2002), toma aspectos da interação mediada – como a inexistência de co-presença – ao se materializar nas amizades novas que ocorrem on-line.

Sobre jogar on-line e em equipe (P.23), 87% dos participantes, ou seja, 502, responderam sim para a pergunta. Por fim, encerrando o quinto bloco, a P.24 perguntou sobre uma estimativa de distância entre os jogadores que compõem a equipe, com as seguintes opções: Na mesma cidade; Em cidades distantes a até 100 km; Em cidades distantes 100 e 500 km; Em cidades localizadas em outros estados e Em cidades localizadas em outro país. Os resultados mostram que para a maioria dos participantes, os amigos de equipe moram em cidades localizadas em outros estados, conforme o GRÁFICO 13.

GRÁFICO 13 – DISTÂNCIA ENTRE OS INTEGRANTES DA EQUIPE



FONTE: a autora (2019).

Desse modo, o GRÁFICO 13 fornece dados para indagações acerca da dinâmica on-line que se faz presente na comunidade de jogadores de videogame, uma vez que a maioria joga com colegas que estão localizados em cidades de outros estados. Vale lembrar ainda que entre os jogos favoritos estão os do gênero FPS e MOBA – cada qual com 22% conforme a TABELA 2, na página 91 –, que podem ser jogados on-line e em equipe.

5.1 PISTAS PARA A SEQUÊNCIA INVESTIGATIVA

Ao fazer reflexões a respeito dos resultados obtidos na segunda etapa, alguns pontos se tornaram evidentes, como a interação on-line. Como 100% dos participantes afirmam que costumam jogar em casa e 73% dizem que não existem em suas cidades locais ou espaços especializados como bares/lanchonetes que promovem encontros e torneios de videogame, excluiu-se a necessidade de investigação das interações no modo off-line, embora esse tipo de interação exista. Os 37% que afirmam não ter motivação alguma para ir a esses locais também despertam atenção. Nesse sentido, a evolução dos jogos – marcada pelas possibilidades de jogar on-line, em equipe, e com pessoas situadas em diferentes localidades – indica que as interações comunicativas por meio do videogame podem ser importantes, uma vez que esses gêneros de jogos – FPS (22%) e MOBA (22%) – requerem a comunicação em tempo real com os colegas do time como fundamental para desenvolver estratégias durante uma partida. Ademais, ao estudar

trabalhos como o de Tarcízio Macedo (2018)⁷³, é possível partir do pressuposto de que a lógica das interações sociais off-line faz sentido quando se observa jogadores da categoria semiprofissional ou profissional (*pro-players*) que têm uma espécie de rotina contínua, fazendo com que as relações sociais motivadas pelo videogame não fiquem somente no on-line.

A interação na nuvem de palavras na página 92, trata-se da jogabilidade e da mecânica do jogo. A interação proporcionada pelo game, por vezes, está relacionada à experiência de interagir com a narrativa e com as regras estabelecidas. Essa não é necessariamente uma interação com os amigos, uma vez que esse fator é o menos citado (4%) na pergunta que trata da motivação para jogar. No entanto, sob esse aspecto, volta-se à perspectiva dos gêneros de jogos prediletos para as interações, como já citado nesta sessão. Esse cenário também desperta a seguinte questão: se preferem determinado jogo pela possibilidade de interação que se refere à jogabilidade, como se configuram as novas amizades? Seria além do jogo?

Outro dado que desperta atenção é sobre a formação das equipes. Um total de 293 participantes (58%) conforme o GRÁFICO 13, afirmam que seus amigos de equipe estão localizados em cidades de outros estados. Ainda que de maneira amadora, esses jogadores se reúnem para jogar on-line por meio de diferentes mídias sociais, seja via WhatsApp, pelo Skype ou pelo Discord, conforme Ioscote (2019a).

Para os jogadores amadores não há nada organizado de modo prévio antes de jogar. Eles mandam mensagem no grupo de WhatsApp e combinam com quem está disponível para jogar. Depois, usam o Skype para se comunicar quando estão jogando. Como jogam em equipe, jogos em que a comunicação é importante para o andamento do jogo utilizam mais o Skype ao invés do Discord. (IOSCOTE, 2019a, p. 9).

⁷³ A dissertação de mestrado de Tarcízio Macedo, “Like a Pro: Dinâmicas Sociais no e-Sport, 2018”, é um estudo de abordagem etnográfica que compreende o processo de formação e manutenção do tecido social entre jogadores de uma equipe semiprofissional de League of Legends moradores de Belém (PA). MACEDO, Tarcízio. **Like a Pro: Dinâmicas Sociais no e-Sport**. 2018. 300 f. II. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Cultura e Amazônia) – Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/34MFj1L>. Acesso em 20 ago. 2019.

Nesse sentido, alguns esclarecimentos precisam ser feitos, já que 112 participantes (22%) afirmam que os amigos de equipe moram na mesma cidade. Esse dado, quando cruzado com os 100% que afirmam que costumam jogar em casa, remete à seguinte questão: os jogadores não frequentam a casa dos amigos para jogar, mesmo morando na mesma cidade? E significa que os jogadores não frequentam outros lugares para jogar? Como é o contexto social compartilhado? Como interagem além do jogo?

Os resultados trazem à tona ainda questionamentos acerca das interações comunicativas em determinados gêneros de jogos. Se está evidente que interações comunicativas ocorrem naturalmente em jogos do tipo MOBA e FPS, que têm a comunicação em tempo real entre os membros da equipe como condição fundamental para desenvolver estratégias durante o jogo, como identificar as interações comunicativas em jogos on-line que não são desses gêneros?

A afirmação de R472, respondente do questionário em 21/01/2019, na página 103 – “Eu me envolvo mais quando estou presente” – reforça perguntas acerca das interações comunicativas. Seria o contexto de mútua referência, o contexto social compartilhado exercendo influência nesse cenário? E como o gesto significativo, o uso da linguagem, proposto por França (2008) e França e Simões (2015) poderia ser observado nessas circunstâncias? Outras afirmações, como: “É meu jogo favorito, pois é nele que fiz muitas amizades e ainda jogo todos os dias” (R260, respondente do questionário em 12/12/2018) e “Ele é um jogo cooperativo onde vc novato pode pedir ajuda aos outros jogadores mais avançados, trocar ideias e vc pode trocar itens” (R271, respondente do questionário em 12/12/2018), podem desencadear ainda mais perguntas acerca das interações comunicativas, como por exemplo, como o indivíduo transforma sua própria atuação nesse contexto compartilhado?

Por fim, essas inferências iniciais também trazem questionamento acerca do método utilizado. Essa evidência das interações on-line é uma característica dos jogos on-line ou o percentual é resultado do método de aplicação do questionário, que ocorreu apenas nas mídias sociais? Obteríamos resultados diferentes se a aplicação do questionário fosse presencial, em bares ou espaços especializados onde ocorrem eventos relacionados a videogame? À vista disso, foi proposta uma investigação mais detalhada, por meio das entrevistas semiestruturadas com dez jogadores que responderam o questionário on-line. A escolha dos entrevistados não

foi realizada de maneira aleatória, mas com base em critérios pré-definidos, como idade (1º critério), hábitos de consumo (2º critério), experiência com jogos (3º critério) e ainda perfil das interações, de acordo com as respostas às perguntas abertas do questionário, conforme explicitado no QUADRO 3, na página 82 do capítulo sobre metodologia da presente pesquisa.

5.2 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS

Nesta seção são apresentados os resultados das entrevistas semiestruturadas, em subseções que tratam de uma breve descrição do perfil dos entrevistados, o contexto social compartilhado por esses jogadores, a dinâmica interacional e as interações comunicativas encontradas durante as análises.

Essa terceira etapa da presente pesquisa foi composta por entrevistas com dez jogadores que responderam o questionário on-line na segunda fase. As entrevistas ocorreram entre os dias 7 de janeiro e 17 de janeiro de 2020, utilizando Skype e Discord. A transcrição⁷⁴ e a análise das entrevistas foram realizadas entre os dias 18 e 31 de janeiro de 2020. Essa etapa foi complementada pela observação simples no canal Twitch.TV, para melhor compreensão dos jogos citados pelos jogadores que foram entrevistados. O Apêndice F apresenta um *overview* descritivo de cada um dos 12 jogos prediletos dos jogadores, contendo informações sobre o ano de lançamento, a empresa desenvolvedora, o gênero do jogo, o link do canal observado na Twitch.TV, entre outros detalhes.

Um fato importante que ocorreu durante a realização das entrevistas foi a preferência de alguns jogadores pela utilização do Discord. A autora deste trabalho precisou criar uma conta na plataforma e aprender noções básicas do funcionamento. Assim, em 6 de janeiro de 2020 foi criado o nick phantom.i#8864. Esse procedimento é compreendido como importante uma vez que algumas das interações possíveis no Discord também foram citadas por aqueles que não foram entrevistados por meio da plataforma.

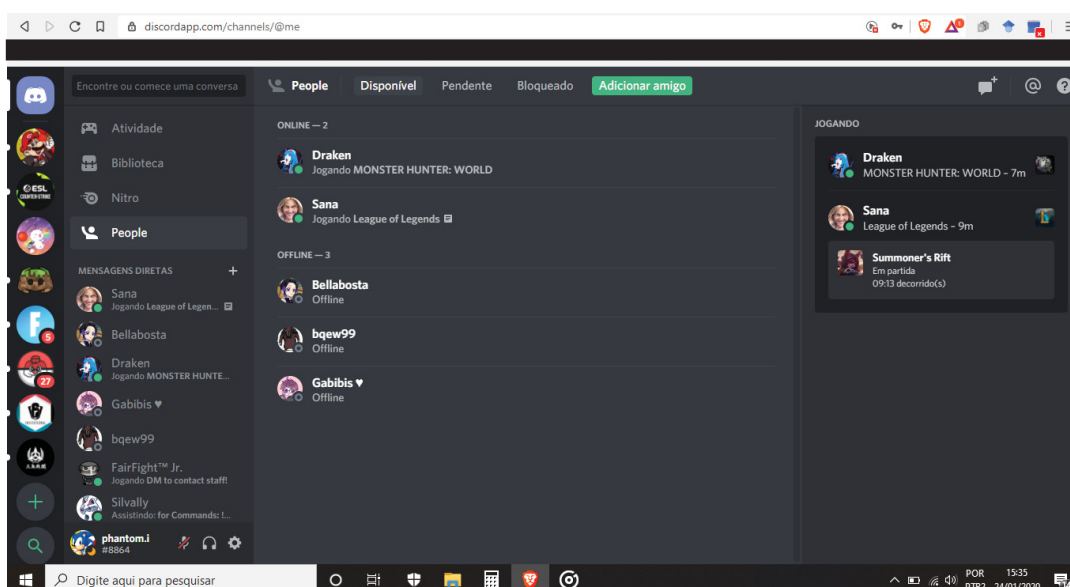
O Discord App, ou simplesmente Discord, como é popularmente conhecido, é uma plataforma direcionada para comunidades de jogos. Lançado em 2015, se tornou uma referência para os jogadores, uma vez que permite utilizar vários

⁷⁴ A transcrição foi realizada mediante a contratação de um serviço pago.

recursos gratuitos, como mensagens de texto, chamadas de voz e vídeo e compartilhamento da tela. Também é possível criar servidores de bate-papo e conexão com aplicativos de redes sociais como Twitter, Facebook, Reddit, YouTube, Spotify, Twitch.TV, entre outros. Há diferentes possibilidades de configurações que não serão listadas aqui. Dados recentes⁷⁵ disponibilizados pelo próprio desenvolvedor apontam que existem mais de 56 milhões de jogadores mensais na plataforma.

Durante e após a realização das entrevistas semiestruturadas, entre os dias 6 e 24 de janeiro de 2020, foi possível fazer algumas observações sobre o Discord. No entanto, é preciso destacar que para esta plataforma não houve um planejamento relacionado à metodologia de uma observação simples. Esse é um ambiente em que as interações comunicativas poderiam ser estudadas, desde que com procedimentos metodológicos e prazos adequados. Pretende-se ilustrar a seguir alguns dos pontos observados, como a interface, em que é possível acompanhar as atividades dos amigos. Essas atividades vão desde o *status* – disponível, ausente, não perturbar ou invisível – até o jogo que o amigo está jogando no momento e há quanto tempo está em jogo, conforme mostra a FIGURA 11.

FIGURA 11 – INTERFACE ATIVIDADES DISCORD



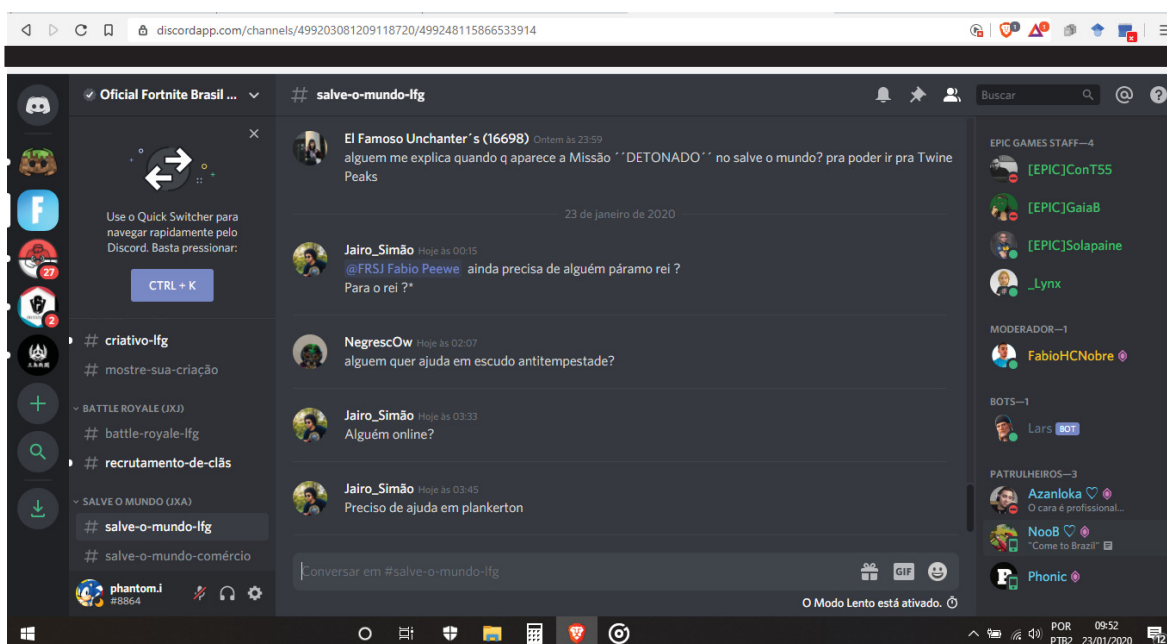
FONTE: Reprodução Discord App.

Interface do usuário em que é possível acompanhar as atividades dos amigos.

⁷⁵ Disponível em: <https://discordapp.com/company#join>. Acesso em: 2 fev. 2020.

Já a FIGURA 12 mostra o canal oficial Brasil-Portugal do jogo Fortnite. Por meio das salas, cada qual com seu tópico específico, os jogadores podem tirar dúvidas, ver novidades, lançamentos e encontrar outras pessoas para jogar. Do lado esquerdo da figura, os ícones redondos identificam a comunidade de jogos. Ainda desse lado, cada sala da comunidade tem a indicação do símbolo # seguido do tópico que está relacionada à sala. No centro está concentrado o chat da sala e do lado direito estão os participantes da sala. É possível verificar quem são os proprietários da comunidade, os moderadores daquela sala e quem são os participantes na sala.

FIGURA 12 – INTERFACE CANAL FORTNITE BRASIL PORTUGAL



FONTE: Reprodução Discord App.

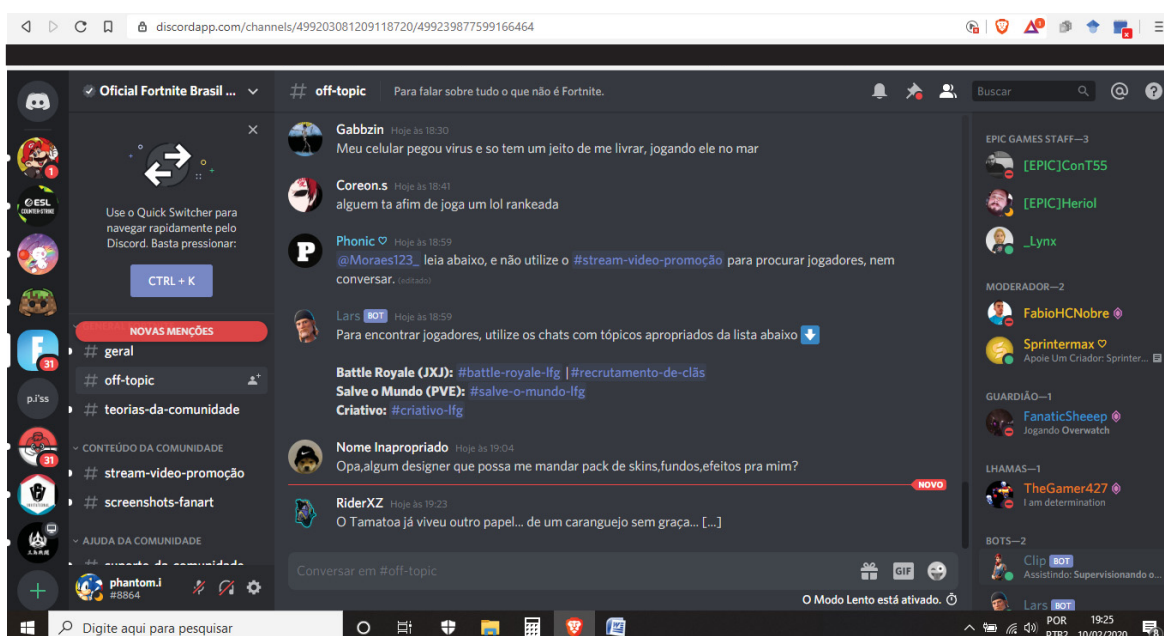
Interface da sala #salve-o-mundo-lfg do canal Oficial Fornite Brasil Portugal.

Foi possível observar ainda que os jogadores utilizam as salas para trocar mensagens sobre outros assuntos e não apenas sobre jogos. Além disso, a moderação de comentários conta com os *bots*⁷⁶, que auxiliam na manutenção da

⁷⁶ O termo *bot* é o diminutivo da palavra *robot*. Conhecida também como *web robot* ou *internet bot*, trata-se de uma aplicação de *software* que simula as ações humanas repetidas vezes seguindo um padrão. Os *chatbots* – que também são conhecidos como *bots* – são utilizados para comunicação

organização dos assuntos da sala. A intervenção dos *bots* ocorre normalmente quando um jogador pergunta sobre outro jogo e também quando surge uma pergunta que pode ser respondida em outra sala. Nessa situação, o *bot* mostra o link da sala que o jogador deve procurar para conversar. O *bot* também atua na identificação dos comportamentos tóxicos.

FIGURA 13 – INTERFACE CANAL FORNITE BRASIL PORTUGAL OFF TOPIC



FONTE: Reprodução Discord App.

Interface da sala #off-topic do canal Oficial Fornite Brasil Portugal.

Este breve registro mostra que o estudo do Discord pode trazer ricas contribuições ao campo da Comunicação, por promover interações sociais na perspectiva de Thompson (2002, 2008) e também interações comunicativas. Algumas indagações sobre a perspectiva de uma interação entre humanos e máquinas podem ser evidenciadas.

5.2.1 Perfil dos *gamers* entrevistados

Os jogadores participantes desta etapa da pesquisa têm entre 19 e 24 anos de idade. Residem em diferentes regiões do Brasil, em capitais, outros grandes centros e ainda em cidades de interior com cerca de cinco mil habitantes. A maioria

simulando uma maneira de interagir com humanos. São comumente encontrados em páginas de atendimento ao cliente, sempre buscando automatizar processos.

dos entrevistados (cinco) está cursando o ensino superior. Dois entrevistados têm ensino médio completo e três têm ensino superior completo.

No início das entrevistas com os *gamers* foi retomado o assunto jogo predileto, já abordado na segunda etapa da pesquisa, que foi o questionário on-line, aplicado no período de dezembro de 2018 a fevereiro de 2019. Um ano após terem participado dessa etapa, alguns dos entrevistados continuavam jogando os mesmos jogos citados à época e alguns começaram a jogar outros jogos. Os entrevistados falaram livremente sobre a experiência, não apenas de um, mas de até três jogos. O QUADRO 6 mostra os jogos prediletos dos entrevistados e ainda o gênero de cada um desses jogos.

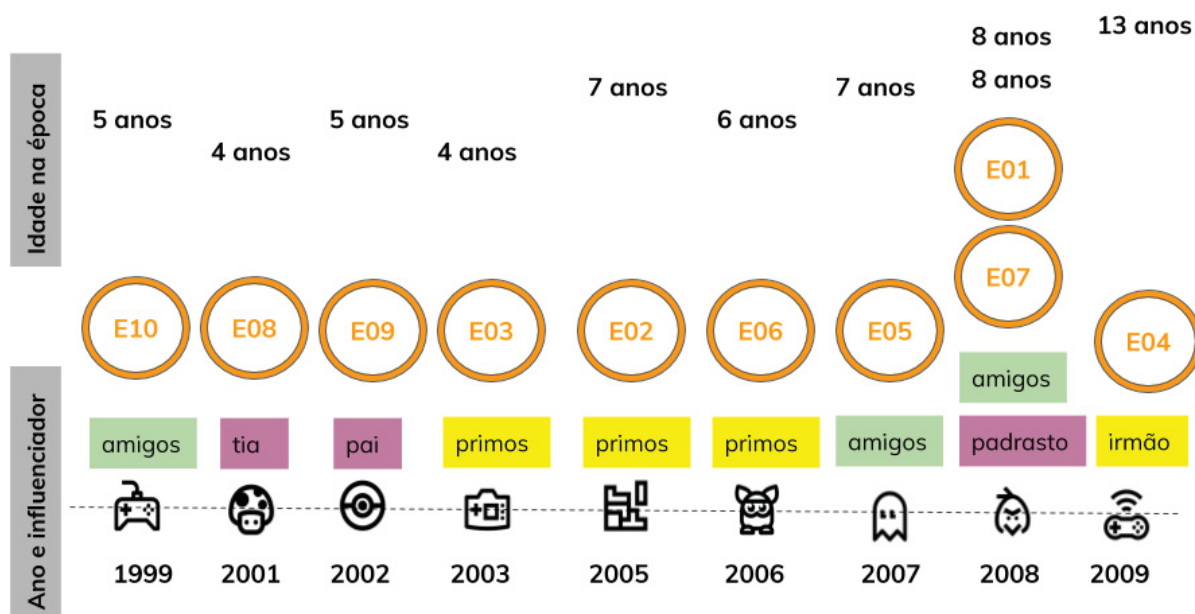
QUADRO 6 – JOGOS PREDILETOS

ID	Jogo predileto	Gênero
E1	League of Legends	MOBA
E2	CS:GO	FPS
E3	League of Legends/Pokémon GO	MOBA/Realidade Aumentada
E4	The Legend of Zelda/Overwatch/Pokémon GO	Aventura/FPS/Realidade Aumentada
E5	League of Legends/Pokémon GO/Super Mario	MOBA/Realidade Aumentada/Plataforma
E6	Tekken 7	Luta
E7	Monster Hunter World	RPG Eletrônico
E8	Final Fantasy XIV	MMORPG
E9	The Last of Us	Ação/Aventura/Sobrevivência
E10	ARK Survival Evolved/ Guild Wars 2	Ação/ MMORPG

FONTE: a autora (2020).

Além disso, no decorrer das entrevistas os *gamers* contaram detalhes do seu primeiro contato com os jogos. Os dez entrevistados que iniciaram a atividade com jogos com idades entre 4 e 13 anos, no período entre 1999 e 2009, e em todos os casos quem apresentou o videogame e os motivou ou influenciou a jogar foram pessoas muito próximas. Esses influenciadores são pessoas mais velhas, como pais e tios, ou da mesma faixa etária na época, como irmãos, primos, amigos da mesma rua ou colegas de escola. Como foram encontradas similaridades nas respostas relacionadas ao ano, a idade que o entrevistado tinha quando começou a jogar e quem o influenciou ou motivou, optou-se por elaborar um esquema com uma linha do tempo, conforme mostra a FIGURA 14.

FIGURA 14 – LINHA DO TEMPO DE INÍCIO COM VIDEOGAMES



FONTE: a autora (2020).

Neste ponto, destaca-se um dos objetivos específicos da presente pesquisa: observar o videogame como influenciador e influenciado enquanto mídia promotora de interações. É possível constatar que o videogame influencia a infância e a rotina desses jogadores, que depois vão compartilhar essa experiência em outros contextos. Nota-se que este é um movimento que começa em casa e é levado para a rua ou para a escola e vice-versa. Também é viável fazer reflexões a partir do intervalo de tempo (1999-2009) em que esses jogadores se iniciaram nos jogos e a idade que tinham na época. Os principais consoles que motivaram o consumo nessa o Super Nintendo, o Nintendo 64, PlayStation 2, estes com lançamento no Brasil nos anos de 1993, 1996 e 2002, respectivamente. “Ele [pai] que trouxe o jogo para dentro de casa e apesar deles terem se separado depois, o videogame sempre teve [sic] em casa, a gente conseguiu um PlayStation 1 e eu e a minha irmã, a gente sempre gostou desde pequena” (E9, entrevistado em 13/01/2020).

Retomando a literatura e os princípios da mediamorfose (FIDLER, 1998), a adoção de novas tecnologias depende, dentre outros fatores, também de como estas são percebidas pelo público. No que se refere ao quinto atributo da “Regra dos 30 anos”, o videogame já alcançou visibilidade suficiente para que mais pessoas comecem a utilizá-lo. Cabe destacar a importância dos primeiros usuários para o

desenvolvimento tecnológico da área, uma vez que em geral esses pioneiros são mais tolerantes a erros, limitações e inconveniências (FIDLER, 1998). Das entrevistas depreende-se que pais, tios, pessoas mais velhas e próximas aos entrevistados tiveram experiências anteriores com jogos de videogame e repassaram, de alguma forma, essa vivência. É sabido que na década de 1980 aconteceu um “crash” no mercado de videogames. A oferta de jogos era grande, mas a qualidade gráfica era muito ruim, o que causou recusa do público. Esse mercado se recuperou com a chegada e as estratégias da Nintendo, e posteriormente a Sony adentra com o PlayStation.

É possível considerar como o videogame influencia e é ao mesmo tempo influenciado pelas lógicas de mercado, pela experiência e aceitação do público, pelos atributos que estão presentes na “Regra dos 30 anos”. Enquanto mídia promotora de interações, nesse contexto dos entrevistados, nota-se que o videogame motiva a estar junto, a compartilhar o mesmo momento de entretenimento.

De criança, os meus primos tinham Game Boy [Nintendo], e aí eu queria também e os meus pais me deram e eu comecei a jogar e jogar jogos com ele já e eles tinham outros videogames. E, aí a gente viajava muito juntos, sempre jogava junto, essa era nossa infância. (E3, entrevistado em 08/01/2020).

Este recorte com a infância dos entrevistados mostra um cenário de interações off-line. Tratam-se de interações sociais, aquelas propostas por Thompson (2002), em que prevalece o contexto de co-presença, espaço temporal comum e a multiplicidade de deixas simbólicas, ou seja, a interação face a face. Não se exclui a interação com o próprio jogo. Contudo, não é possível apresentar mais inferências dessa perspectiva porque não foi abordada a experiência com o(s) jogo(s) da infância especificamente.

No que se refere à investigação sobre as interações comunicativas, estas são apresentadas na próxima subseção, evidenciando o contexto social compartilhado, a dinâmica interacional e contemplando a experiência dos jogadores no tempo em que se realiza a presente dissertação.

5.2.2 O contexto social compartilhado

Esta subseção busca trazer detalhes sobre como os entrevistados estão inseridos dentro da comunidade de jogos. Uma vez que na segunda etapa da pesquisa surgiram evidências de interações on-line, os entrevistados foram abordados nessa perspectiva. Dessa forma, os jogadores falaram sobre locais na internet onde costumam buscar informações sobre seus jogos prediletos e a frequência com que utilizam esses espaços. O YouTube foi citado por nove dos dez entrevistados como o principal local para busca de informações. Isso ocorre, naturalmente, devido à natureza dos jogos de videogame, o formato audiovisual. Assim, é possível também ver o que o outro está fazendo com o jogo.

Para os entrevistados, o YouTube é uma forma de tutorial, uma espécie de guia de aprendizagem com aquele que experimentou o jogo previamente e que pode, a partir de sua experiência, sanar dúvidas, oferecer dicas e outras informações.

Então, tem muito lugar. Sempre é bom. Então, por exemplo, se eu quero alguma coisa mais gráfica eu procuro no YouTube, sempre tem alguém fazendo algum guia, alguma coisa. Se eu quiser só uma teoria, assim, eu vou no Discord mesmo ou eu vou pro Reddit porque sempre tem alguma comunidade que fala de alguma coisa desse tipo, e às vezes, basta pesquisar no Google que consegue resposta rapidinho. (E6, entrevistado em 10/01/2020).

A fim de ilustrar a importância das redes sociais e plataformas citadas pelos entrevistados nesta terceira etapa, foi criada uma nuvem de palavras⁷⁷. A elaboração desse trabalho teve como base a espontaneidade com que estes locais foram lembrados pelos jogadores. Conforme mostra a FIGURA 15, o YouTube e o Facebook aparecem como os mais citados, seguidos pelo Discord e WhatsApp. A Twitch.TV e o Twitter também foram lembrados e Google e Reddit aparecem com menor destaque.

Essa ilustração também auxilia na compreensão de como cada rede social ou plataforma é utilizada pelos jogadores. Por exemplo, se o YouTube se configura

⁷⁷ A nuvem de palavras foi criada a partir da ferramenta gratuita Word.Sift.org, desenvolvida pela Universidade de Stanford. Disponível em: <https://wordsift.org/>. Acesso: 3 mar. 2020.

mais pela lógica do audiovisual, para ver dicas, o WhatsApp e o Discord são mais utilizados para combinar uma partida entre amigos.

FIGURA 15 – LOCAIS NA INTERNET MAIS CITADOS



FONTE: a autora (2020).

É importante destacar ainda o papel do *youtuber* e do *streamer gamer*, que podem ser compreendidos como influenciadores digitais. No entanto, há uma diferença substancial: o *youtuber* grava conteúdos e faz edição, enquanto o *streamer gamer* entrega conteúdo ao vivo e interage em tempo real com os seguidores. Nesse sentido, para os entrevistados, os *streamers gamers* possuem um papel fundamental dentro da comunidade.

acho que hoje as maiores influências mostram que ele, o *streamer*, é o espelho do que ele joga, do jogo que ele participa. Ele que te mostra, seja as partes boas ou partes ruins. Se você não tem acesso, se você tem acesso, e às vezes não sabe o que fazer, ele é o espelho do jogo, ele que mostra como é ser uma pessoa que joga seja profissionalmente ou não, seja como for, então, sim, ele tem um grande poder de influência, até porque eu já tive essa experiência e esse poder de influência. (E2, entrevistado em 08/01/2020).

Outros entrevistados compartilham do mesmo ponto de vista acerca da importância dos influenciadores digitais.

Eu acho que a comunidade, principalmente, nessa área, YouTube, ela tem uma influência muito grande. Eu acho. Tem uma série de vezes que os jogadores, que os próprios youtubers não gostaram da dublagem de alguns campeões, e as desenvolvedoras tiveram que mudar, não gostaram de algumas coisas dos jogos, tiveram que mudar, por isso acho, acho que eles realmente são muito importantes. (E5, entrevistado em 09/01/2020).

Um ponto importante a ser notado nesta perspectiva é como o videogame pode ser influenciado. A esse respeito, trata-se de refletir sobre como as empresas desenvolvedoras muitas vezes precisam fazer mudanças nos jogos por conta da resposta da comunidade diante de um lançamento ou novidade. Alguns influenciadores digitais têm acesso antecipadamente a algumas novidades. Eles são os primeiros usuários e possuem papel fundamental no mercado, retomando os atributos presentes na “Regra dos 30 anos” (FIDLER, 1998).

Nesse sentido ainda, destaca-se como os influenciadores digitais podem direcionar a comunidade, muitas vezes criando formas de expressão, gírias, que acabam sendo incorporadas pelos que jogam o mesmo jogo. “Alguns dos caras profissionais, eles são muito famosinhos e criam gírias dentro do próprio jogo e dentro da própria comunidade e as gírias acabam pegando muito” (E3, entrevistado em 08/01/2020). Dessa maneira, observa-se o contexto social compartilhado e a mútua referência quando um indivíduo afeta outro indivíduo por meio do gesto significativo, ou seja, o uso da linguagem. Nessa perspectiva, França (2008) utiliza um jogo de futebol para exemplificar as situações em que ocorrem as interações comunicativas. “O fato de jogar para ser visto, para constituir um espetáculo, intervém o tempo todo na maneira de jogar, afeta a performance individual dos jogadores e mesmo as regras do jogo” (FRANÇA, 2008, p.89). Observa-se o ato comunicativo que ocorre numa dinâmica relacional compreendida pela comunicação como uma ação (intervenção prática no mundo) e relação (ato que vincula um ao outro) que envolve a interação.

Outra inferência realizada a partir das falas dos entrevistados é sobre a finalidade do local citado, ou seja, os usos das redes sociais e das plataformas

citadas. O QUADRO 7 apresenta um resumo das principais palavras/frases extraídas do contexto de usos desses locais.

QUADRO 7 – FINALIDADE DOS LOCAIS CITADOS

Local	Principais palavras/frases associadas
YouTube	Tutorial, Vídeos promocionais, Animações, <i>Streamers</i> , Influenciadores, Visual, Lançamentos
Facebook	Página da empresa, Grupos de jogos, Comunidade, Influenciadores
WhatsApp	Grupo de amigos, Faculdade
Discord	Grupo de amigos, Comunidade, Conectado, Informações
Twitch.TV	<i>Streamers</i> , Influenciadores, Campeonatos
Twitter	Lançamentos, Perfil oficial empresa, <i>Streamers</i>
Instagram	<i>Cosplayer</i> , Lojas, Perfil oficial da empresa, Lançamentos
Reddit	Informações, Notícias
Google	Informações, Notícias

FONTE: a autora (2020).

Como já citado no presente trabalho, as especificidades dos jogos podem desencadear diferentes tipos de interação, diretamente e exclusivamente com o jogo ou com outras pessoas. É importante salientar que na segunda fase desta pesquisa surgiu uma evidência de interações on-line⁷⁸. Contudo, nesta terceira fase de entrevistas semiestruturadas foram obtidos outros resultados, não apenas de interações on-line, mas também off-line.

Nesta terceira fase, três entrevistados falaram sobre suas experiências com o jogo Pokémon GO. Neste caso, relataram que utilizam grupos no Facebook para encontrar outras pessoas para compartilhar a mesma missão. E ainda, a partir de eventos marcados pela comunidade por meio do Facebook, encontraram-se com outros jogadores em parques da cidade para fazer a missão.

Às vezes tem evento que combina com as pessoas por meio das redes sociais, combina de ir em tal horário, tal dia, tal lugar, tal ponto do Ibirapuera para caçar Pokémon junto, tem muita gente que faz isso. E elas vão lá e organizam tudo bonitinho. E eu acho isso muito legal. (E5, entrevistado em 09/01/2020).

⁷⁸ Essa evidência foi questionada nesta dissertação ao final dos resultados da etapa quantitativa, no item 5.1, indagando se os resultados seriam oriundos do método.

A especificidade desse jogo, ainda que com versões mais atualizadas, continua promovendo essas interações nomeadas pela autora como de caráter híbrido, por se apresentarem on-line e off-line.

Pokémon tem dois lugares que eu uso bastante que é o Facebook, que eu uso muito pra tentar encontrar gente pra trocar Pokémon. Por exemplo, agora esse Pokémon que saiu, Sword e Shield, tem o negócio de rage⁷⁹ que é a mesma coisa do Pokémon GO, você junta uma galerinha e vai contra um Pokémon forte e captura ele. Aí, você tem que ir nos grupos de Facebook e falar: 'oh, gente eu preciso de ajuda nessa rage, me adiciona aí', então, tem todo esse negócio que eu acho super legal. (E4, entrevistado em 09/01/2020).

Desta forma, é possível vislumbrar a necessidade da comunicação entre jogadores em cenários distintos para alcançar os objetivos do jogo. Conforme França (2008, p.89) “os exemplos de como as interações comunicativas atravessam e reorientam o conjunto de nossas interações são inúmeros”. Nessa perspectiva, sob um contexto social compartilhado, o jogo Pokémon GO se torna um exemplo da comunicação presente em ações sociais do mundo físico e do virtual.

Nesse bloco de perguntas, os entrevistados destacaram a importância do Discord. Nos quesitos relacionados aos locais na internet que os jogadores costumam utilizar, essa plataforma despertou a atenção.

Você só precisa do computador para usar o Discord e não precisa pagar mais nada, não tem nenhuma mensalidade e por aí vai. Muitas vezes eu usei bastante o Skype por muitos anos, só que eu acho que a qualidade da conversa é muito melhor no Discord e sem contar que, por exemplo, no Skype você tem que ligar pra pessoa. No Discord você tem meio que salas que você entra e já tem gente lá conversando na sala, você pode trocar de sala, criar salas e por aí vai. Então, uso bastante em jogos, até porque você pode criar, como dizer, você tem grupos, grupos de pessoas que gostam de Final Fantasy, no meu caso, ou grupos de pessoas que gostam de LoL. (E8, entrevistado em 10/01/2020).

O Discord serve para o jogador se manter o tempo todo conectado com outras pessoas que também jogam. Mas para alguns, a plataforma também é um espaço para conversar sobre outros assuntos e interagir com outras pessoas que não apenas do próprio grupo de amigos.

⁷⁹ Rage (raiva) no jogo Pokémon é um movimento que causa danos, um tipo de ataque.

Na verdade, grande parte das pessoas da comunidade *gamer*, assim, acaba ficando conectado, porque o Discord, você não só adiciona os amigos e eles ficam ali aparecendo igual ao Skype. Você consegue também criar um grupo, adicionar todas essas pessoas, e tem as salas, e aí você entra nessa sala e quando alguém entrar pode jogar junto ou só conversar. Eu, pelo menos, fico conectado direto. (E10, entrevistado em 15/01/2020).

O Discord também é uma plataforma que conecta outras redes sociais e plataformas, como Facebook, Twitter, Reddit, Spotify, Twitch.TV, YouTube, entre outros, sendo possível observar o que os demais jogadores estão fazendo, se jogando determinado jogo ou ouvindo ou assistindo algo nas demais plataformas ou redes sociais. É possível também verificar as atividades de jogo dos amigos nas últimas horas, conforme já especificado na seção 5.2.

Ainda com o objetivo de identificar o contexto social compartilhado, os entrevistados também foram abordados sobre a organização prévia para jogar. No entanto, como são jogadores em nível amador, identificou-se que não existe um roteiro pré-definido. Basta estar conectado e disponível para começar a jogar. É importante destacar que os entrevistados escolhidos para a terceira fase da pesquisa jogam diariamente e mais de quatro horas por dia, fazendo com que os jogos estejam em boa parte de suas rotinas.

Durante as entrevistas não foi possível identificar algo que defina quem faz parte da comunidade. Como afirmou E3, entrevistado em 08/01/2020, “se você acha que você joga bastante e tem muito contato com a galera, pronto. Acho que não precisa de muito critério, não”. Todavia, alguns entrevistados apontaram que conhecer em detalhes a história e os objetivos do jogo pode ser um critério para definir quem faz parte ou não da comunidade.

Porque é um escopo muito grande. Não dá pra definir tanto. Eu acho que, pelo menos, pra quem joga num nível, não competitivo, mas que é tentar chegar pelo menos num nível bom, é a dedicação, eu acho. Porque tem muito jogo por aí que cobra das pessoas, tipo, mecanicamente de habilidade, assim. Então, desde jogos como LoL, que é super complicado, dá pra ir por mil caminhos, então, tem que ter um nível de habilidade alto, mas é uma coisa mais linear assim, eu acho que dedicação é uma palavra boa pra definir. (E6, entrevistado em 10/01/2020).

Nesse bloco de perguntas, os entrevistados também citaram, em geral de maneira espontânea, a toxicidade presente na comunidade *gamer*. Esse ponto desperta a atenção para as questões teóricas das interações, quando tratam das relações e como um indivíduo interfere no outro. Como destacado por Primo (2005), essa influência mútua é importante na compreensão das relações que envolvem mensagens e o comportamento humano. A subseção a seguir trata exclusivamente da toxicidade presente nas interações entre os jogadores.

5.2.2.1 Relatos da toxicidade

Os entrevistados também foram questionados acerca de diferenças no sentido de comportamento e conteúdos compartilhados nos locais citados, redes sociais e plataformas. Essa pergunta não trouxe resultados que permitam fazer afirmações. Porém, uma evidência está relacionada à toxicidade. Esse é um ponto árduo de estudo, pois são diferentes visões e interpretações dos entrevistados sobre o ambiente tóxico dos jogos. Além disso, a presente pesquisa não se dedica a responder esta questão. No entanto, entende-se que é importante apresentar as informações e relatos dos entrevistados sobre esse assunto, dada a possibilidade de investigação em pesquisas futuras sobre jogos eletrônicos e seus diferentes gêneros, ambiente tóxico, estratégias de mercado das desenvolvedoras, comportamento humano etc.

À vista da toxicidade e dos graus de atitudes tóxicas dentro dos jogos de videogame, um estudo realizado por Vitor Carvalho et al. (2015) estabelece três categorias de toxicidade: leve, moderada e grave. A primeira categoria, leve, envolve atitudes como envio de *spam* e ausência do jogador durante a partida. Já a categoria moderada é caracterizada por atitudes que incomodam os demais jogadores da partida, utilizam ofensas, difamação ou mesmo o assédio. Contudo, de acordo com Carvalho et al. (2015), os jogadores relataram que como há uma opção de bloqueio do usuário que está incomodando, essas atitudes foram consideradas moderadas. Já a categoria grave trata de posturas ofensivas, como racismo e xenofobia. Os autores definem que:

Os jogadores tóxicos são nomeados desta maneira por agirem de uma forma nociva ao meio do qual participam, prejudicando outros jogadores, causando danos dentro dos jogos e até mesmo tendo um comportamento agressivo em relação a outros jogadores. São considerados tóxicos todos aqueles que desobedecem as regras do jogo, constituídas justamente para que o game seja divertido e único. Jogadores tóxicos não são necessariamente antiéticos, mas sim pessoas que atingem terceiros frequentemente sem perceber os resultados de suas ações. (CARVALHO, et al., 2015, p. 1.137).

Para a finalidade da presente dissertação, considera-se ainda que o tóxico emerge em situações em que a interação exige o uso da linguagem, que pode ser tanto verbal como não-verbal, em função das especificidades dos jogos. Alguns gêneros de jogos permitem comunicação em tempo real por meio de voz, enquanto em outros a comunicação se faz por texto, em chats.

Para alguns dos entrevistados, a toxicidade está atrelada ao gênero de jogo – neste caso, MOBA e FPS, jogos em que a comunicação em tempo real é fundamental para desenvolver estratégias durante a partida; para outros, a competitividade e a popularidade do jogo também são fatores a considerar – League of Legends (LoL), Dota 2, Overwatch e CS:GO são exemplos de jogos que têm competições oficiais e com número muito grande de jogadores⁸⁰; e para outros ainda, o tóxico vem das pessoas e não dos jogos.

A comunidade é o reflexo de como os jogadores são nos jogos. A comunidade do LoL, olha, ela é machista, muito irritante, aí quando você descobre que a comunidade desse jogo é assim, às vezes algumas pessoas não têm vontade de jogar. Não é uma comunidade assim que acolhe, são só alguns jogadores que acolhem os jogadores novos, que querem ingressar, mais ou menos, que querem aprender um pouco do jogo, ver como que ele é. Então jogos como LoL, Overwatch, Dota 2, todos os jogos que são *multiplayer* têm uma comunidade muito tóxica. (E7, entrevistado em 10/01/2020).

No relato dos entrevistados, ao contrário dos jogos *multiplayer*, jogos do tipo *single-player* não apresentam tais características de toxicidade.

⁸⁰ Dados publicados em 18 de setembro de 2019 pela Riot Games revelam que o número de jogadores de League of Legends (LoL) no mundo chega a oito milhões simultaneamente por dia. Disponível em: <https://glo.bo/3entRhg>. Acesso em: 21 jan. 2020.

Exatamente porque tem muita visibilidade, acho que FPS e MOBA são dois gêneros de jogos que a galera joga pra c*****, é difícil você ver isso em comunidades menores. Tem um jogo que eu tô jogando bastante, The Isle na Steam, é um jogo de survivor, jogo de dinossauro, você tem que sobreviver, tem que crescer, comer, sobreviver, e tentar não morrer, sabe. Então, você não vê isso naquela comunidade, é bem tranquila, no chat do jogo não acontece nada demais, conversa normal e tal, mas não vê essas coisas, sabe, cara xingando sua mãe. Acho que depende muito do estilo de jogo, da visibilidade que esse jogo tem. (E4, entrevistado em 09/01/2020).

Neste ponto, volta-se às especificidades dos jogos. Cabe lembrar que jogos on-line necessitam de uma conexão e a localização da infraestrutura física, também chamada de servidor *gamer*, pode trazer experiências negativas nas interações durante o jogo.

[...] teve jogos que joguei em servidor americano e se você fala que é brasileiro você já é xingado, zoadado. Também, eu até evito falar que sou brasileiro. Mas teve só um cara que eu conheci, mas ele não é americano, ele é francês, só que ele tava no mesmo servidor, aí teve caso de xenofobia, só que o cara foi tranquilo. (E7, entrevistado em 10/01/2020).

Outros jogadores, como E8, entrevistado em 10/01/2020, que joga um jogo do gênero MMORPG, também relataram esse tipo de experiência: “no meu jogo Final Fantasy XIV, eu já tenho muitos casos do tipo, me chamarem de macaco, entendeu, ou na hora que descobriram que eu era brasileiro, pararam de falar comigo”. Isso indica que a possibilidade de interação com pessoas de diferentes nacionalidades também pode contribuir para ruídos na comunicação durante os jogos.

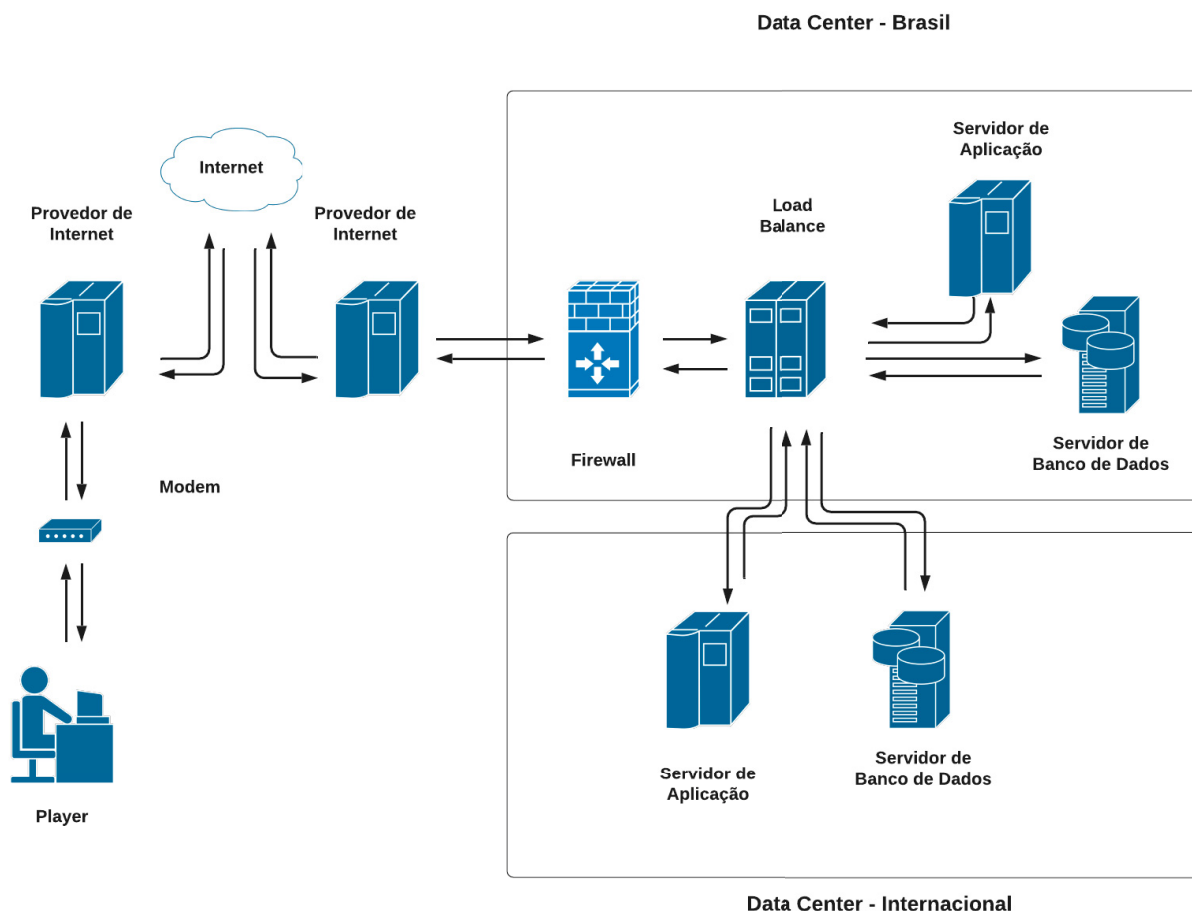
E essa questão do pessoal de espanhol é que eles falam muito rápido e a gente não entende e toda hora parece que tá xingando a gente. Já parei pra conversar com um cara que veio da Argentina, ele mora aqui no Brasil, ele sabe disso e fala da forma mais devagar possível porque pra eles é muito normal falar rápido e aí, a gente não entende, os caras começam a xingar, xingam de volta e é isso. (E7, entrevistado em 10/01/2020).

Diante dos relatos dos entrevistados, a infraestrutura precisa ser levada em consideração. É importante destacar que a infraestrutura não é uma resposta para a toxicidade, mas sim um aspecto a ser ponderado dentro do contexto dos estudos das interações comunicativas. O objetivo da presente pesquisa não faz vista à

toxicidade, no entanto, a partir das inferências obtidas nos relatos dos jogadores entrevistados, como casos de racismo e xenofobia, nota-se que essa possibilidade de estar conectado com jogadores de diversas partes de mundo também permite tais reflexões para o tóxico. Naturalmente, as observações pretendidas sobre a infraestrutura e os relatos da toxicidade em jogos não tratam à risca de tal situação referente ao comportamento humano. É sabido que as relações culturais, bem como os usos, entre outros fatores, também podem estar envolvidos na toxicidade. Portanto, o que se propõe a seguir é ilustrar como a infraestrutura física é configurada, podendo desencadear o ambiente tóxico quando se examina o processo de interações comunicativas.

A infraestrutura física que permite as conexões armazena tanto o jogo como a base de dados, que pode ou não estar no mesmo lugar, leia-se país. Essa infraestrutura – Data Center – é o local onde estão alocados os servidores de aplicação, responsáveis pela execução do jogo, e os servidores de banco de dados, que armazenam todos os dados pertinentes ao jogo: contas de usuários e suas informações, como *score*, mapas, ligas etc. Denominada como servidor *gamer*, essa infraestrutura, representada na FIGURA 16, pode estar localizada em diferentes países – definidos como zonas pelas empresas de *Cloud Server*. Todavia, a geolocalização não implica necessariamente que o servidor e o jogador estejam no mesmo país.

FIGURA 16 – DIAGRAMA SERVIDOR GAMER



FONTE: a autora (2020).

Por exemplo, em um jogo como Final Fantasy, o jogador pode estar no Brasil e o servidor, em qualquer país. Por sua vez, jogos que possuem servidor brasileiro, como League of Legends, alocam jogadores de uma mesma zona. Há sistemas que permitem que o jogador escolha o servidor para jogar nas Américas, Ásia ou Europa. Contudo, essa é uma ação não recomendada pelos desenvolvedores, uma vez que a latência – o tempo para a informação sair do ponto A e chegar ao B – interfere nas atividades e experiência com o jogo. Ou seja, quanto maior a distância entre o jogador e o servidor maior é a latência e isso pode ocasionar problemas como lentidão de movimentos, *delay* na utilização do *voicer chat* e na troca de mensagens.

Todas essas questões de ordem técnica e de infraestrutura física, entre outras não listadas que envolvem conexões e jogos on-line, estão de, alguma maneira, atreladas às interações comunicativas e à toxicidade, como indicam os relatos dos entrevistados. Para eles, muitas vezes, falar ou se identificar durante

uma partida acaba sendo prejudicial, pois percebem que muitos dos xingamentos são racistas e xenofóbicos em ambientes *multiplayer* quando há jogadores de diferentes nacionalidades ao mesmo tempo.

Os relatos dos entrevistados tratam ainda de casos de sexismo e homofobia, segundo eles constantemente presentes em jogos on-line, em especial no League of Legends: “é um culpando o outro, um xingando a mãe do outro de graça. Tem uns gatilho (sic) que acontece que se a pessoa falar que é mulher os cara já cai matando. E, se falar, tipo, sou gay, os caras também caem matando, começa a zoar, começa a xingar” (E1, entrevistado em 07/01/2020). Além disso, a comunidade também é tóxica com os jogadores novatos.

Ah, quando não se sabe jogar, né, então ficam xingando, sabe que você é ruim, *noob*⁸¹, e coisas mais pesadas também e se descobre que você é uma menina fica enchendo o saco, mas isso não é só no LoL, né, porque em qualquer jogo on-line infelizmente...isso acontece. (E9, entrevistado em 13/01/2020).

Sob essa perspectiva ainda, mesmo na ausência da linguagem verbal – seja esta oral ou escrita durante a partida –, é possível vislumbrar a toxicidade.

Então, acho que um exemplo muito bom é o CS:GO, é um jogo de tiro em primeira pessoa e você pode agachar, só que muitas vezes, nos jogos de tiro tem um negócio que quando você mata alguém, você tipo fica agachando e fica agacha, levanta, agacha, levanta, meio que pra fazer um sinal, é quase que um dedo do meio, remete a alguma coisa sexual, sei lá. Isso é um xingamento bem comum em jogos de tiros e é um p*** de um desrespeito. Esse é um tipo de xingamento não verbal. (E8, entrevistado em 10/01/2020).

Além dos jogos do gênero FPS, os entrevistados também relataram como a toxicidade em uma linguagem não-verbal pode ocorrer, por exemplo, em jogos de luta.

⁸¹*Noob*, da palavra inglesa *Newbie*, por vezes apresentado com a grafia *n00b*, é um termo utilizado nas comunidades de jogos para se referir aos iniciantes.

Sempre tem um personagem e a sua questão de golpes que você consegue fazer durante uma partida e nisso tem alguns golpes que são muito ruins, aí se alguém começar a ir lá e tipo ficar fazendo o mesmo chute, que você sabe que é ruim, ele sabe que é ruim, tipo, por algum motivo você não consegue se defender direito contra isso, acaba sendo meio tóxico. Isso foi meio que acordado pela comunidade como tóxico. (E6, entrevistado em 10/01/2020).

Diante desses relatos, uma das reflexões possíveis diz respeito aos estudos de Primo (2008b) sobre o papel das emoções nas interações. Quando o autor trabalha o conceito de interação mútua e reativa, pelo viés do primeiro ponto, enaltece o acoplamento estrutural – abordagem biológica e filosófica da Escola Chilena de Maturana e Varela (1997). Dessa forma, os seres interagentes atuam para preservar a sua autopoiese. Quando dois ou mais interagentes têm a sua mudança estrutural acoplada “suas interações se tornam recorrentes e consistem em perturbações recíprocas” (PRIMO, 2008b, p.188). Desse modo, parafraseando os autores chilenos, Primo (2008b) destaca que esse acoplamento estrutural se dá por meio da linguagem, que nos mantém em constante transformação.

Para tanto, pode-se destacar novamente como o gesto significativo, ou seja, o uso da linguagem, interfere na dinâmica interacional nesse contexto. “Fala-se para tocar o outro, interferir no comportamento do outro” (FRANÇA, 2008, p.88). Tendo em consideração os relatos de jogadores sobre jogos como CS:GO e League of Legends (LoL), em que a comunicação em tempo real é importante para o desenvolvimento da partida, nota-se essa interferência. “É esse intervir que dá o curso para o jogo, em geral, quando o outro não consegue trabalhar com a situação da toxicidade, definida pelos entrevistados como os xingamentos” (IOSCOTE, 2019b, p. 13). Essa dificuldade de lidar com a situação de toxicidade, de certa forma, é contemplada ao analisar a proposta de Mind, Self e Society da teoria meadiana, que fornece os subsídios das interações comunicativas. A construção do self, que se refere à maneira como o indivíduo vê a si mesmo e o modo como ele [indivíduo] interpreta as representações que os outros têm dele [indivíduo], enaltece esse embate.

Apesar dos relatos da toxicidade que ocorre durante o jogo, a dinâmica interacional no contexto social compartilhado nem sempre é apenas negativa. Muitas vezes, essa dinâmica interacional também contribui para resultados positivos para a comunidade como um todo.

5.2.3 A dinâmica interacional

No que se refere à caracterização da interação social, esta “[...] enfatiza o compartilhamento de condições e situações, assim como o desenvolvimento e a prática de ações e relações marcadas pela reciprocidade [...]” (FRANÇA; SIMÕES, 2015, p. 168). Deste modo, essa caracterização evidencia os sujeitos agindo e interagindo e constituindo a sociedade. Esses conceitos auxiliam nas reflexões do contexto social compartilhado dos entrevistados.

A interação, compreendida como ação + relação, é marcada por um ato, o comunicacional, e essa dinâmica interacional pôde ser notada no relato das ações e/ou atividades nas plataformas e redes sociais. Como o YouTube teve destaque dentro do contexto social compartilhado, porém sem pistas de interações comunicativas no recorte que se faz nesta dissertação, optou-se por verificar outros locais mais citados pelos entrevistados que revelaram indícios da existência de tais interações – neste caso, o Facebook, o Discord e o WhatsApp. É importante salientar que a característica interativa das conversações pelo YouTube é reconhecida. No entanto, nesta pesquisa verificou-se que os entrevistados utilizam essa rede social para ver/assistir outros membros da comunidade e não relataram que usam para conversar ou interagir com quem está no canal do YouTube transmitindo uma partida.

Desta forma, WhatsApp e Discord surgem como uma preferência quando os jogadores querem estar entre amigos e pessoas próximas a esses conhecidos. A depender do gênero de jogo, é importante estar com alguém conhecido. Já o Facebook se torna importante para um contato mais geral com a comunidade, além de permitir acompanhar lançamentos e novidades das empresas desenvolvedoras.

Os detalhes da dinâmica interacional dentro do contexto compartilhado por meio das redes sociais e plataformas citadas aparecem no esquema mostrado na FIGURA 17.

FIGURA 17 – AÇÕES E/OU ATIVIDADES NAS REDES SOCIAIS

Ações/Atividades	Plataforma/Redes Sociais
Combina para jogar com amigos ou outros jogadores	 
Acompanha novidades, lançamentos	
Compartilha novidades, lançamentos	 
Procura por informações, dicas, guias	
Segue a comunidade (streamers, empresa)	

FONTE: a autora (2020).

Nesse cenário ainda, considerando que o ato comunicacional ocorre num contexto de mútua referência entre um ou mais indivíduos, marcado pelo uso da linguagem (FRANÇA; SIMÕES, 2015), pode-se observar essa dinâmica relacional quando o jogador utiliza o Discord para procurar informações, dicas e guias.

Sempre que alguém precisa de ajuda ou tem dúvida o pessoal entra no Discord do próprio Monster Hunter ou no Discord de quem faz *stream* de Monster Hunter e fala: ah, qual o melhor equipamento pra usar como arma atualmente? Aí, o pessoal vai lá, manda. O pessoal tira até dúvida de configuração de PC, é um pessoal muito tranquilo. (E7, entrevistado em 10/01/2020).

A mesma concepção acerca da dinâmica relacional pode ser notada no uso do WhatsApp para combinar uma partida.

A gente tem um grupo de WhatsApp dos nossos amigos e não tem muita organização, não. Geralmente, todo mundo joga e daí quem tá on-line, a gente vai jogando. Às vezes, alguém manda no grupo: "Ah tá faltando um para completar", mas é coisa de hora assim porque sempre tem alguém, amigo nosso on-line. (E3, entrevistado em 08/01/2020).

É importante destacar também que ao optar por mostrar detalhes das plataformas e redes sociais citadas, não se exclui a possibilidade interativa da Twitch.TV, do Twitter, do Instagram e do Reddit, que também foram citados. No entanto, apenas um entrevistado relatou suas experiências com a Twitch.TV, afirmando que interage no chat e já fez novos amigos por meio da plataforma. Já para as demais redes sociais, os usos se evidenciaram mais sob a ótica do seguir e curtir as páginas das empresas e *streamers* famosos, não fornecendo pistas de interações comunicativas que são discutidas na presente pesquisa. “No Instagram seriam mais os *cosplayers* que eu sigo que fazem *cosplay* dos personagens de LoL” (E1, entrevistado em 07/01/2020). Já para E5, entrevistado em 09/01/2020, o “Twitter é mais pra ver tudo sobre as habilidades, os lançamentos, *skin*⁸² nova. Ah, no Instagram também tem lançamento de *skin* nova, mas isso é mais no Instagram e no Twitter. Quando não entro no Instagram, entro no Twitter, que é mais rápido”.

Ainda sob a perspectiva da dinâmica interacional, esta também pode ser considerada como positiva de acordo com os relatos dos entrevistados.

Eu jogo um jogo de celular chamado Summoner's War e a comunidade desse jogo é incrível porque não tem muita coisa que é *player* contra *player*, é mais o *player* contra máquina. Até tem, na verdade, cada vez mais coisa de *player* contra *player* que eles vão criando, mas ainda sim, no chat as pessoas perguntam: ah, esse personagem é bom? Como é que evolui ele, que habilidades eu escolho? E a galera ajuda muito, então, é uma comunidade muito positiva. (E3, entrevistado em 08/01/2020).

Contudo, é necessário ter em consideração as especificidades dos jogos no que concerne à dinâmica interacional, pois o contexto das interações pode estar dentro do próprio jogo.

⁸² *Skin* são roupas ou peles que mudam o visual das personagens.

Ele é um MMORPG, então, você cria o seu personagem, escolhe a classe dele, o que ele vai fazer. Você tem algumas profissões e tudo mais, tem uma historinha que você segue ao longo do jogo, mas quase tudo que você faz assim, você tá fazendo ao lado de outros jogadores e fazer todos os conteúdos...você não consegue fazer sozinho, então, você vai, por exemplo, entrar numa caverna pra matar uma criatura lá dentro, aí é difícil você fazer sozinho. Então, geralmente, você tem grupo de pessoas que se reúnem para fazer essas cavernas, por exemplo, então, muito difícil de matar. Você cria guildas, você tem interações, até mesmo, das interações que estranhamente eu mais gosto...eu tava no meio de uma cidade que você tem cidade do jogo, e tinha um cara tocando uma música lá, tipo o personagem dele tocando uma espécie de violão dentro do jogo e fiquei lá com os amigos vendo ele tocar. É um mundinho em que as pessoas vivem lá, interagem e por aí, vai. (E8, entrevistado em 10/01/2020).

Nos relatos dos entrevistados, tendo em conta a dinâmica interacional e as especificidades dos jogos, é possível notar como algumas dessas experiências durante o jogo e uma situação de engajamento mútuo podem desencadear interações que extrapolam o ambiente da partida.

Nesse jogo em específico, até que sim. Como ele é um jogo meio caro, porque você tem uma mensalidade, você tem que pagar, difícil ter pessoas brasileiras lá, mas eu interagi com muitos americanos e agora que eu pensei assim, na verdade, eu namorei uma mulher que jogava também, e eu fui visitar ela em Nova York. (E8, entrevistado em 10/01/2020).

Mesmo em jogos do tipo *single-player*, como o exemplo de *The Last of Us*, em que a interação evidente é contra a máquina, nota-se por meio do relato dos entrevistados que podem ocorrer interações comunicativas, as quais são marcadas pelo gesto significativo, ou seja, o uso da linguagem. “Olha, eu tenho experiência de alguns amigos virem aqui em casa, de a gente jogar junto, e de cada um falar: olha, é por ali que tem que ir, tem que fazer isso” (E9, entrevistado em 13/01/2020).

Para casos de jogos *single-player*, a ênfase na história do jogo, a profundidade da narrativa, o perfil das personagens despertam outras ações com aqueles que gostam da mesma história.

Zelda é mais difícil porque é realmente um jogo off-line que não tem como se jogar on-line. Eu acho que é mais assim, você procura no Facebook quando precisa de alguma ajuda, quando você não sabe onde tentar ou ir, então, juntar pra jogar só se for amigo de alguém, até porque nem tem *multiplayer*. No caso, o Zelda é um *single-player*, é um pouco mais fechado. Mas mesmo assim, tem um projeto, esses tempos atrás, com certeza não foi pra frente, um grupo de pessoas fazendo um filme sobre um dos jogos da franquia e a galera ficou louca porque era muito bem feito, mas a Nintendo não ia deixar nunca esse negócio ir pra frente, né, por questão de direitos autorais, e a galera ficou louca, tava todo mundo super animado. (E4, entrevistado em 09/01/2020).

Vistas as especificidades dos jogos e as inferências encontradas nos relatos dos entrevistados, o Apêndice F foi elaborado para complementar esta etapa de estudos. Mesmo que a presente pesquisa não tenha por objetivo o estudo de um jogo apenas, a importância de aspectos relacionados à área de *Game Studies* no que se refere à mecânica, jogabilidade, narrativa, entre outros elementos, é reconhecida para depreender porque um jogo estimula interações com a máquina enquanto outro pode desencadear interações durante e além do jogo.

A próxima subseção trata do gesto significativo, ou seja, o uso da linguagem que marca as interações comunicativas no contexto social compartilhado pelos jogadores de videogame entrevistados na terceira fase da pesquisa.

5.2.4 O gesto significativo na interação comunicativa

Entre as principais inferências obtidas no que concerne às interações comunicativas, foi possível observar o gesto significativo – a linguagem – como um possível delimitador de fronteiras sobre quem faz e quem não faz parte da comunidade *gamer*. Além disso, os *streamers* podem ser vistos como referência na criação de códigos e gírias dentro da comunidade. Nesse sentido, “existe comunicação quando os gestos se tornam símbolos, quando eles fazem parte de uma linguagem e trazem um sentido compartilhado por todos os indivíduos envolvidos na ação” (FRANÇA, 2008, p. 76).

Dessa forma, para os entrevistados, ao interagir – seja em situações durante o jogo ou mesmo quando o contexto sobre uma partida é compartilhado em uma conversa fora da situação do jogo – é preciso conhecer os termos próprios do game para depreender o sentido.

A interação nos grupos dentro do jogo e também saber o que são os termos. Isso a pessoa que começou agora qualquer jogo, qualquer jogo com comunidade grande, pega os termos e vai jogando. Se você pegar uma pessoa, um adulto mesmo, e falar: “eu tô na laner, foi lá e o cara tava lá e fez nada e que eu morri e fiquei tiltado”, ele vai entender duas ou três palavras, de resto nada. (E1, entrevistado em 07/01/2020).

Portanto, quando se fala em gestos, trata-se dos significantes, os quais contêm em sua base uma ideia que tem sentido partilhado (FRANÇA, 2008).

A linguagem é relevante, até porque é uma forma, a forma de comunicação que a gente tem, digamos. Quando tu fala em linguagem, tu quer dizer dos termos técnicos, quando, como eu falei e tudo mais. Acredito que isso diferencia porque se tu conversar com uma pessoa leiga, ela não vai saber te responder da mesma forma que alguém que está ali presente dentro da comunidade, né, então, isso, sim. Você consegue diferenciar aí por referência à linguagem. (E2, entrevistado em 08/01/2020).

Sob esta ótica, é importante destacar que a linguagem tem sua relevância dentro do contexto de compartilhar sentido dos termos técnicos; no entanto, não pode ser classificada como um critério para fazer parte ou não da comunidade.

Você pode ser mais experiente e acabar conhecendo os termos, mas não quer dizer que a outra pessoa que tá começando a jogar não faz parte da comunidade só porque ela ainda não sabe as coisas, ou mesmo quem já joga há mais tempo e ainda não sabe, às vezes, ela escuta o termo em grupos em português porque o jogo é traduzido. Só que os profissionais e as pessoas da comunidade, em geral, acabam falando tudo em inglês, em campeonato, porque é assim que eles escutam, no campeonato ou treinos e coisas maiores assim, e a pessoa que não tem, que não joga tanto assim, escuta tudo em português, não sei, não acho que os termos são critérios muito bons para isso. (E3, entrevistado em 08/01/2020)

Mas conhecer a linguagem é reconhecido como algo importante para ser um jogador. “Vai saber coisa de tipo FPS, de MOBA, pega bot, vai no mid, acho que tem que ter uma linguagem que precisa estar acostumado”⁸³ (E4, entrevistado em

⁸³ A expressão “pega bot” é comum no jogo Counter Strike: Global Offensive (CS:GO). Nesse jogo, do tipo FPS, é possível jogar com *bots* (robôs controlados por computadores) quando se quer aprender mais antes de entrar numa partida competitiva contra pessoas controlando os personagens. No entanto, no modo competitivo, como é o CS:GO, às vezes os *bots* aparecem como componentes dos times. Disponível em: <https://glo.bo/2V8RCIB/>. Acesso em: 24 mar. 2020. A expressão “vai no mid” refere-se a Mid Lane, do jogo League of Legends (LoL). Mid Lane é a rota que fica no meio do mapa. O Mid Laner é uma função do jogador que conta com mais recursos à sua disposição. Disponível em: <https://riot.com/2VuTVyd/>. Acesso em: 24 mar. 2020.

09/01/2020). Sobretudo, destaca-se que a linguagem, considerando os códigos, pode causar estranheza e ruídos no ato comunicacional, já que é possível encontrar pessoas de diferentes nacionalidades e idiomas durante um jogo.

É porque nesse jogo [Monster Hunter World], como é um jogo jogado mundialmente, você não tem basicamente um servidor pra cada região. Você não tem um servidor brasileiro, um servidor América do Sul, um servidor norte-americano, são várias pessoas juntas na sua sala. Na sua missão pode ter um da América do Norte, um chinês e um francês, aí, basicamente é um jogo que liga o mundo inteiro. (E7, entrevistado em 10/01/2020).

Numa dinâmica relacional ocorre uma prática – o ato comunicativo – que envolve contexto, linguagem, mútua referência e dois ou mais indivíduos. Ela pode ser observada quando um jogador influencia o outro por meio do gesto significativo. Essa influência “é de falar assim, bordões, que os caras [*streamer gamers*] falam enquanto jogam” (E8, entrevistado em 10/01/2020).

Conforme França (2013), a comunicação é estar com o outro e constituir um mundo partilhado de significados. No entanto, é possível depreender as especificidades da língua e os desafios nessas situações de interação comunicativa. “Tem como interagir, ele [Guild Wars 2] é mais pelo chat, só que eu também não consegui interagir tanto assim porque não entendo tão bem em inglês. Então, acabo ficando mais na minha” (E10, entrevistado em 15/01/2020). Nota-se a ausência do gesto significativo, mas que não implica na inexistência de ação. “Tem algumas fases que seria com comunicação, mas só de você ver o que o cara tá fazendo você já tem uma ideia do que você pode fazer. Então, pela atitude dele a gente tem uma noção do que fazer” (E7, entrevistado em 10/01/2020). Por conseguinte, conforme França (2008), há uma diferenciação entre gesto significativo e gesto simbólico na comunicação. Ao retomar a ação social, nota-se que esta ocorre por meio de gestos. São os gestos que permitem um ajustamento, troca, reciprocidade nas ações. O gesto significativo, que é a linguagem, se faz pela produção simbólica e este é o meio que vincula um ao outro e que torna possíveis as interações comunicativas.

Entre outras situações, novamente as especificidades dos jogos *multiplayer* on-line⁸⁴ com comunicação em tempo real como League of Legends e CS:GO, conforme relatos dos entrevistados, revelam atitudes a partir de circunstâncias durante a partida.

Quando acontecem essas situações de conflito, normalmente tem um alvo específico, e normalmente esse alvo é um alguém que não tá acostumado a jogar com tal campeão, não tá acostumado à posição, então eu tento ajudar essa pessoa para ela não ser mais alvo, eu tento falar: ah, você não sabe jogar, faz tal item, anda comigo, qualquer coisa você me adiciona, depois eu te ensino. Eu tento fazer com que a pessoa se sinta confortável a ponto do estresse dela não fazer com que ela não consiga mais jogar por questões psicológicas. (E5, entrevistado em 09/01/2020).

Nota-se aqui uma articulação dos gestos significantes, ou seja, por meio do uso da linguagem, interfere-se no comportamento do outro nas situações de jogo em tempo real.

A partir desses gestos dotados de significados, um indivíduo afeta o outro na interação que estabelecem, ao mesmo tempo que se vê afetado nesse processo, coloca-se no lugar do outro, tenta antecipar a conduta dele e pode transformar a sua própria atuação. (FRANÇA; SIMÕES, 2015, p. 170).

Nesse caso, na dinâmica interacional, o jogador percebe uma ação de interferência do outro (componente do time adversário) utilizando a linguagem (gesto significativo), afetando o comportamento dos demais de sua equipe. Assim ele se coloca no lugar do outro (seu colega de equipe), tenta antecipar a conduta do colega e acaba por transformar sua própria ação dentro da partida. “Eu sempre tento mediar, eu tento acalmar os ânimos, até porque sendo um pouco frio, especialmente no LoL, se o cara do seu time tá irritado, por exemplo, ele não vai jogar tão bem, eu conseguiria se ele estivesse ok” (E8, entrevistado em 10/01/2020).

⁸⁴ É importante destacar que mesmo jogos *multiplayer* on-line também podem ser jogados em modo não competitivo. Dessa forma, jogos observados nesta segunda etapa, como Counter Strike:Global Offensive, League of Legends e Overwatch, oferecem a possibilidade de jogo apenas contra a máquina, numa forma de treinar o jogador antes de entrar no ambiente competitivo on-line.

Ao observar as especificidades dos jogos nota-se que as interações comunicativas são estimuladas em diferentes situações. O detalhamento desses aspectos é realizado na subseção a seguir.

5.2.5 Interações comunicativas durante e além do jogo

Esta subseção decorre da observação simples que foi utilizada como um suporte para melhor compreensão sobre os jogos prediletos dos entrevistados da terceira fase desta pesquisa. Para a observação foi utilizada a plataforma Twitch.TV com o intuito de assistir durante cerca de uma hora cada um dos doze jogos prediletos. Nessa observação, foram anotadas algumas informações, entre as quais: se o jogador estava jogando sozinho ou com outras pessoas, se existia conversa com outros jogadores ao mesmo tempo e, se sim, de que maneira, se por meio de voz ou texto. Essa etapa de observação foi realizada entre os dias 8 e 19 de janeiro de 2020, ao mesmo tempo em que ocorriam as entrevistas semiestruturadas.

A observação, aliada aos relatos dos entrevistados, permitiu algumas inferências sobre a proposta de interações que vão também além da partida. Assim, se não é possível conversar com outras pessoas durante o jogo porque a mecânica não permite ou a interação só acontece com NPCs (Non-Playable Character – em português, personagem não-jogável), o jogo vai continuar motivando interações em outros lugares, nos fóruns, nas redes sociais e em outras plataformas. Diante disso, o QUADRO 8 mostra uma divisão dos jogos em tipos A e B. Foi idealizado pela autora a partir dos relatos dos jogadores nas entrevistas semiestruturadas, tendo em conta as interações comunicativas, aliadas à observação dos jogos na Twitch.TV. Esta é uma divisão que busca também responder ao objetivo da presente pesquisa de identificar interações comunicativas por meio do videogame.

São considerados como jogos do Tipo A aqueles que não permitem a comunicação por voz ou chat em tempo real, mesmo em modo *multiplayer*. É importante salientar que jogos em modo *single-player* também podem ser jogados em *multiplayer* e tais especificidades dos jogos podem ser consultadas no Apêndice F. É possível afirmar que jogos do Tipo A motivam tais interações devido à ausência de comunicação com outros jogadores durante a partida. Já os jogos do Tipo B têm a possibilidade de interação durante o jogo, mesmo porque sem o gesto significativo – uso da linguagem – não é possível cumprir os objetivos do jogo. É importante

destacar que essa comunicação não se faz necessariamente com humanos, mas também com NPCs, como é caso de Final Fantasy XIV.

QUADRO 8 – INTERAÇÕES COMUNICATIVAS EM DIFERENTES JOGOS

Tipo A	Tipo B
ARK Survival Evolved	Counter Strike: Global Offensive
Monster Hunter World	Final Fantasy XIV
Super Mario	Guild Wars 2
Tekken 7	League of Legends
The Last of Us	Overwatch
The Legend of Zelda	Pokémon GO

FONTE: a autora (2020).

A concepção de interações comunicativas do Tipo A é considerada dentro do contexto social compartilhado quando os jogadores buscam informações e ajuda junto aos outros da comunidade. Essa dinâmica ficou evidente no estudo sobre os usos das redes sociais e plataformas no item 5.2.3, por meio da FIGURA 17, que ilustra as finalidades do Facebook, WhatsApp e Discord. Para os entrevistados, o Facebook estaria numa interação mais geral com a comunidade, enquanto WhatsApp e Discord promovem certa proximidade com os amigos. Mas independentemente dessa questão, as interações além do jogo – que ocorrem por meio das redes sociais – estão sempre presentes.

Esta proposta de cisão entre jogos que podem promover interações comunicativas durante a partida (Tipo B) e aqueles que não permitem tais interações (Tipo A) também aponta para uma visão tecnicista segundo a qual a interação só seria possível pela ordem instrumental. No entanto, para referenciar a base da teoria meadiana das interações comunicativas, é necessário depreender a constituição do self – esse diálogo que ocorre entre o eu e o mim –, que só é possível quando há a ação do outro (agente humano).

Como já visto no item 5.2.3, todos os jogos motivam interações que vão para as redes sociais e outras plataformas. As FIGURAS 18 e 19 mostram como foram identificadas as interações durante a partida para cada jogo citado na terceira fase da presente pesquisa.

FIGURA 18 – INTERAÇÕES COMUNICATIVAS DO TIPO A

JOGO	DURANTE O JOGO	ALÉM DO JOGO
		
		
	 	
		
		
	 	


Jogo


Humanos

É possível jogar no modo multiplayer em todos estes jogos. No entanto, estar junto, num sentido de co-presença com outros humanos para jogar, ficou evidente apenas nos relatos dos entrevistados em Super Mário e em The Last of Us.

FONTE: a autora (2020).

As interações comunicativas nos jogos ARK Survival Evolved, Monster Hunter World, Super Mario, Tekken 7, The Last of Us e The Legend of Zelda possuem uma lógica de interação com o jogo ou com a máquina. Os jogadores acabam por ter uma experiência solo e encontram nas redes sociais e outras plataformas um local para compartilhar informações ou encontrar outras pessoas que têm a mesma preferência pelo jogo. Dessa forma, as interações são consideradas pelos entrevistados como positivas, pois têm como base o relacionamento com a comunidade. De acordo com os relatos dos entrevistados, a comunidade desses jogos é prestativa e acolhedora. Porém, para esses jogadores – que também possuem experiências com jogos on-line em modo competitivo –, a palavra desconforto apareceu diversas vezes quando se tratava de jogos do gênero MOBA e FPS. Os entrevistados relataram que o ambiente tóxico promovido por xingamentos e outras formas de desrespeito ao outro de alguma maneira os motivou a desistir do jogo.

Em jogos do tipo *single-player*, como The Legend of Zelda, em que o jogador está sozinho e não interage com outros jogadores, nota-se que por conta de sua narrativa, existe uma lógica similar à das *fanfics*, em que as interações comunicativas se dão em grupos de Facebook ou canais no YouTube, nos quais os fãs conversam sobre a história e personagens e ensaiam roteiros paralelos desses

jogos. Já os jogos Tekken 7 e Monster Hunter World deram indícios de motivação para a interação entre os jogadores por meio das competições organizadas, evidenciando as estratégias de comunicação praticadas pelas empresas desenvolvedoras. Ainda sobre Monster Hunter World, na opinião dos entrevistados, trata-se de um jogo muito intuitivo, no qual basta ver o que outro jogador está fazendo para saber o que se deve fazer.

No jogo Super Mario, a principal inferência encontrada no que se refere à interação é que esta foi motivada em decorrência da jogabilidade. De acordo com os relatos, é comum o amigo ir à casa do outro para pegar efetivamente o controle do console e mostrar como se avança uma fase do jogo. Algo semelhante foi observado no relato das entrevistas sobre o jogo The Last of Us. É comum ocorrerem reuniões em casas de amigos para que os jogadores obtenham dicas dos melhores caminhos para seguir na história. “É, e se morrer passa o controle (risos)” (E9, entrevistado em 13/01/2020).

O jogo ARK não trouxe muitas inferências além das já descritas na etapa dos resultados, no item 5.2.3, sobre a dinâmica interacional, porque o entrevistado estava há pouco tempo jogando esse jogo. Portanto, as inferências ficaram mais em torno do uso das redes sociais para pesquisar e compartilhar informações sobre o jogo.

No que se refere às interações comunicativas do Tipo B, essa concepção está relacionada à possibilidade de comunicação com outros jogadores (humanos e não-humanos) enquanto a partida está em andamento. Essa comunicação pode acontecer por meio de chat com texto ou voz e, por vezes, é fundamental para desenvolver estratégias para vencer a partida, em especial nos jogos do gênero MOBA e FPS. Esses jogos são Counter Strike: Global Offensive (CS:GO), Final Fantasy XIV, Guild Wars 2, League of Legends (LoL), Overwatch e Pokémon GO.

Nesses jogos do Tipo B, foram observadas interações comunicativas que aparecem durante o jogo nas estratégias para se vencer a partida, como em Counter Strike:Global Offensive (CS:GO), League of Legends (LoL) e em Overwatch. Em League of Legends as interações comunicativas também foram evidenciadas pelas próprias características desse game. A FIGURA 19 mostra como foram identificadas as interações de cada jogo.

FIGURA 19 – INTERAÇÕES COMUNICATIVAS DO TIPO B



FONTE: a autora (2020).

O League of Legends também foi apontado pelos entrevistados como uma das comunidades mais tóxicas, com relatos frequentes sobre xenofobia, racismo, sexismo e homofobia. As situações de interações comunicativas que acontecem em outros locais, como grupos de discussão, ou seja, além do jogo, também são consideradas tóxicas.

Sob essas circunstâncias, compreende-se que um indivíduo afeta o outro pelo uso da linguagem e, muitas vezes, o modo como as interações ocorrem conduz não só as estratégias, mas também as experiências com o jogo. Os jogos do gênero FPS (CS:GO e Overwatch) são relatados como tóxicos em suas interações. No caso do Overwatch, os entrevistados apontam que a própria desenvolvedora trabalha para que as interações na comunidade aconteçam de maneira harmoniosa, reforçando essa postura com mensagens antes do início do jogo e em outras estratégias em seus canais oficiais. A opção de reportar usuários tóxicos está presente em tais jogos, no entanto, não se trata de um sistema muito eficiente, na opinião dos entrevistados.

A principal inferência é que CS:GO é considerado mais tóxico que Overwatch. Este último é visto como um jogo em que é possível fazer amizades e ter um ambiente saudável de entretenimento, especialmente quando comparado a

jogos do gênero MOBA. Ainda sobre o Overwatch, mesmo sendo um jogo de características competitivas, os relatos sobre interações na comunidade, além da partida, são apontados como positivos.

Em Final Fantasy XIV foi possível fazer inferências sobre uma comunidade positiva que ajuda e troca informações, embora durante as entrevistas tenham surgido relatos relacionados a xenofobia e racismo, entre outras situações tóxicas. Todavia, essa série do jogo foi desenvolvida para que, em sua maior parte, os jogadores tenham interações com os NPCs. Isso ocorre porque a empresa desenvolvedora identificou que os jogadores por vezes têm pressa para atingir o objetivo ou simplesmente não se adaptam ao jogo em equipe. Por isso, a interação com NPCs é uma opção nessa edição.

Já Pokémon GO trouxe pistas de interações comunicativas compreendidas como de modo híbrido, uma vez que certas missões em que jogadores dependem de outros ocorrem em espaços do mundo real. Dessa forma, pode-se fazer uma partida jogando sozinho ou em equipe e a organização pode acontecer previamente por meio das redes sociais. Com relação ao jogo Guild Wars 2, por ser um jogo em que não há servidores brasileiros, a comunicação durante a partida se dá por meio de chat com texto em inglês. De acordo com os entrevistados, apesar de o idioma ser uma barreira, é possível fazer o seu papel dentro do jogo mediante erros e acertos. Por ser um jogo não muito popular, os locais de troca de informações e dicas costumam ser bastante positivos, segundo relatos dos entrevistados.

Um ponto a se destacar das interações comunicativas é que elas se relacionam aos discursos e aos espaços da interlocução, não se resumindo a uma função transmissiva (FRANÇA, 2013). Dessa forma, quando o gesto significativo é compreendido como um meio que é compartilhado num contexto de mútua referência, deve se levar em consideração as especificidades dos jogos – aqueles que permitem comunicação em tempo real – e também os que de alguma maneira fazem com que as interações comunicativas extrapolem a situação da partida.

A situação de interagir mexe com todos os sujeitos envolvidos no ato; interagir através de gestos significantes faz intervir na ação em curso um mundo paralelo – mundo de possibilidades, de escolhas: uma temporalidade condensada – em que passado e futuro são acionados e intervêm na ação presente dos atores. (FRANÇA, 2008, p.88).

Por esse motivo, depreende-se que as interações ocorrem a todo momento e se torna bastante difícil estabelecer fronteiras (FRANÇA, 2008), pois a comunicação interfere o tempo todo nas ações. Há de se considerar que a ação é uma intervenção no mundo aliada à relação que vincula um ao outro por meio do ato comunicativo.

Todos os jogos, independentemente da comunicação em tempo real durante a partida, estimulam interações comunicativas em diferentes lugares. E também, diante desse contexto de indivíduos interagindo entre si na constituição de uma sociedade, não se pode excluir a ordem instrumental (configurações de um servidor *gamer* por meio de dispositivos técnicos, as especificidades de um determinado *software*, ou seja, jogo), que revela a alteridade presente nos relatos da toxicidade das interações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente dissertação de mestrado teve por objetivo compreender como ocorrem as interações comunicativas a partir do videogame. Com esse propósito, formulou-se a seguinte questão: de que maneira o videogame estimula interações comunicativas por meio de diferentes jogos eletrônicos? Para responder o problema, os objetivos específicos consistiram em identificar interações comunicativas por meio do videogame; estudar interações comunicativas que ocorrem em decorrência do jogo on-line e observar o videogame como influenciador e influenciado enquanto mídia promotora de interações.

A palavra videogame utilizada neste trabalho trata de um termo genérico para estudar os jogos eletrônicos. Durante a revisão da literatura foi possível verificar como esse objeto – videogame – é alvo de discussões das mais diferentes áreas do conhecimento. O videogame – que por si só, em sua composição linguística, desencadeia múltiplas abordagens de estudo, ora pelo vídeo e outrora pelo game (WOLF, 2001) –, visto suas características interdisciplinares, mostra o quanto ainda é necessária sua discussão enquanto objeto de pesquisa. É fato que a presente pesquisa enfrentou desafios epistemológicos e metodológicos – possivelmente em decorrência dos caminhos que a autora escolheu trilhar. Contudo, considera-se que de alguma maneira o videogame pôde ser discutido enquanto objeto da área de Comunicação sob a perspectiva das interações comunicativas.

Nota-se que ao tratar de videogame, ou seja, jogos eletrônicos, a comunicação está presente enquanto fluxo e troca, evidenciando as qualidades midiáticas de tal objeto. Observa-se o videogame enquanto mídia que transmite dado se promove interações, sejam estas sociais, com a máquina ou ainda comunicativas. Assim, foi possível estudar essas interações nos diferentes gêneros de jogos eletrônicos, sejam *multiplayer*, em que as interações comunicativas são evidentes on-line durante as estratégias desenvolvidas, ou no modo *single-player*, em que essas interações ocorrem além da partida, no contexto social compartilhado.

A partir da literatura e dos conceitos teóricos abordados referentes à área de Comunicação, esta pesquisa contemplou as interações comunicativas, uma proposta de estudo de França (2008) com base na teoria meadiana. Nesse sentido, tendo em conta a dinâmica interacional com o gesto significativo – o uso da

linguagem – como principal diferencial das demais interações, foi possível compreender como o videogame estimula as interações comunicativas. Sob a perspectiva da interação (ação entre) e da comunicação (ação compartilhada), o videogame se apresenta como um meio capaz de reunir pessoas e de alocá-las em novos espaços criados para essa finalidade, como é o caso do Discord e da Twitch.TV.

Sob o ponto de vista epistemológico da Comunicação, os estudos das interações comunicativas são importantes porque nos permitem um olhar para o outro – olhar mais intrínseco –, que se dá na medida em que a produção simbólica pode ser compreendida não somente pelo que o outro produz. Envolve também aquilo que cada um produz individualmente, na perspectiva do self. Além disso, quando Primo (2008b) retoma um viés sistêmico da interação e a ideia de agentes autorreferenciados e autopoieticos, trata do constante movimento entre interagentes. Nas interações comunicativas por meio dos jogos é possível vislumbrar essa concepção de um agente que afeta o outro e ao mesmo tempo altera a si mesmo (self) por meio do ato comunicativo.

Devido às especificidades dos jogos eletrônicos, a literatura relacionada à área de *Game Studies* foi fundamental para auxiliar na interpretação do contexto social compartilhado. Em suas particularidades, cada jogo motiva jogadores por diferentes razões, seja pela narrativa, pela jogabilidade, interação, mecânica, estética etc, como foi possível constatar na etapa quantitativa desta pesquisa. Há casos em que não foi possível chegar a uma resposta precisa, pois o jogar também trata de experiência, e esta é singular. Durante a segunda etapa deste estudo – composta por um questionário on-line –, os resultados instigaram mais perguntas sobre de que maneira ocorrem tais interações. É preciso salientar que a etapa quantitativa não tinha por finalidade obter índices estatísticos, mas sim atender à necessidade de constituição de um *corpus* para estudar de maneira exploratória as interações.

Resultados do questionário on-line – como os que indicam que 70% dos respondentes afirmam que, de alguma maneira, o videogame permitiu conhecer novas pessoas e fazer novas amizades, e que 100% jogam em casa – trouxeram dúvidas. O percentual de 37% que apontaram não ter motivação alguma para ir presencialmente a eventos ou lugares onde ocorrem competições de videogame também ocasionou indagações. Os jogadores não frequentam a casa dos amigos

para jogar mesmo morando na mesma cidade? Isso significa que os jogadores não frequentam outros lugares para jogar? Como é o contexto social compartilhado? Como interagem além do jogo? Como as interações comunicativas poderiam ser observadas frente a esse cenário? Naturalmente, a condição de experimentação do jogo é reconhecida como um passo importante. Todavia, face às implicações metodológicas, e temendo que isso desencadeasse um foco exclusivo nos aspectos mecânicos ou de jogabilidade essa experimentação foi descartada na presente pesquisa, pois se buscava detalhes das interações comunicativas a partir do videogame e não as interações de um jogo específico.

Essa decisão pode ter provocado alguma falha nos resultados, em especial quando é sabido que a área de *Game Studies* se dedica a contemplar uma área de estudos independente, ou seja, não utilizar jogos somente para analisar aspectos teóricos já consolidados pelas outras áreas do saber. É por esse motivo que muitos especialistas nos Estudos de Jogos defendem a experimentação. Contudo, mesmo ciente disso, os riscos foram assumidos, e ao final desta pesquisa não foi possível mensurar o quanto a experimentação teria modificado ou contribuído para novas inferências.

Na terceira etapa, quando foi utilizado o instrumento de pesquisa entrevistas semiestruturadas, observou-se uma variedade de perfis de jogadores com diferentes preferências de jogo. Essas experiências permitiram estudar as interações comunicativas em jogos dos gêneros MOBA, FPS, MMORPG, Ação, Aventura, Luta, entre outros. Nessa etapa, foi possível apreender como usos também são partes importantes no processo comunicativo. Sendo assim, as interações comunicativas não se resumem apenas ao estar em jogo. Elas se estendem para outros espaços – como o WhatsApp ou o Discord para combinar uma partida ou os grupos de Facebook para tirar dúvidas – e se apresentam como híbridas, pois o ambiente online é utilizado para encontrar outros jogadores no mundo off-line.

Dessa forma, mesmo considerando jogos dos gêneros Aventura, Ação, Sobrevivência, nos quais não existe a troca de palavras durante a partida – por serem do tipo *single-player* –, é possível enviar mensagem por meio de chat para o jogador que está em tempo real transmitindo o jogo na Twitch.TV. Pela observação simples realizada, o jogo Super Mário pode ser citado como um exemplo dessa situação. É neste ponto que é notável o contexto social compartilhado. Sem visualizar o contexto não é possível compreender a dinâmica interacional existente.

Essa dinâmica é muito evidente quando se faz vistas aos jogos *multiplayer* on-line, jogos do gênero MOBA e FPS e ainda o MMORPG, que têm o uso da linguagem como fundamental para desenvolver estratégias e vencer a partida. Todavia, esse viés contempla as especificidades e mostra interações do jogo. As situações que ocorrem para além do jogo também compõem a dinâmica interacional. Podem ser compreendidas como interações comunicativas pelo gesto significativo, o uso da linguagem, no que se refere à mútua referência, o grupo de amigos e os locais para falar sobre jogos, evidenciando o contexto social compartilhado.

Após a realização da terceira etapa, algumas dúvidas que foram elencadas a partir dos resultados do questionário on-line também foram esclarecidas. Um dos resultados mostrou que 100% dos participantes jogavam em casa. Nas entrevistas semiestruturadas ficou claro que existe interação off-line e que os jogadores frequentam a casa dos amigos para jogar. No entanto, isto também está relacionado ao gênero de jogo. Ocorreram também pontos de confronto entre os resultados da segunda e da terceira etapa. No questionário on-line, a ideia de “círculo mágico” ficou evidente porque os participantes jogam o jogo predileto pela narrativa, pela mecânica, pela jogabilidade, entre outros elementos que resumem a experiência do jogo no momento em que se joga. Contudo, as entrevistas semiestruturadas revelam que os jogos motivam interações comunicativas também para além da partida.

Ademais, há de se considerar ainda as estratégias mercadológicas e a popularidade de alguns jogos que pautam as interações comunicativas. Durante este trabalho foi possível vislumbrar como a figura do influenciador digital – descrito nesta pesquisa como *streamer gamer* – também contribui para a forma como a comunidade vai se comportar. Esse comportamento está relacionado ao uso da palavra e, muitas vezes, a maneira como o *streamer* se comporta pode influenciar na forma como os demais jogadores vão atuar. Por exemplo, um dos entrevistados relatou que o *streamer gamer* é o “espelho da comunidade”.

Por conseguinte, não se pode deixar de mencionar a toxicidade relatada espontaneamente por todos os entrevistados na terceira fase. É preciso ressaltar que esse aspecto nunca fez parte dos objetivos da presente pesquisa. No entanto, ao tratar de interações comunicativas, ou seja, da linguagem verbal e não verbal, foi inevitável o surgimento da questão. Para alguns jogadores, essa toxicidade está atrelada à popularidade de alguns gêneros de jogos, como MOBA e FPS; para outros, o ambiente competitivo estimula a toxicidade. Nesse sentido, é importante

destacar como o tóxico pode ser a própria interação, mas isso não se configura como resposta única, visto que existem outros elementos que podem ser assim caracterizados.

A ordem mais cultural e dos usos é uma proposta de estudo, bem como as especificidades dos jogos e as estratégias dos desenvolvedores. Numa perspectiva de interação mútua, a importância da constituição do self – o diálogo entre o eu e o mim –, tomando por base a ideia de organismos autorreferenciados e autopoieticos da Escola Chilena (PRIMO, 2008b), revela por meio da linguagem a alteridade presente nos embates do cenário tóxico dos games. Em meio a tais questionamentos, sugerem-se para pesquisas futuras as interações comunicativas e a toxicidade juntas em um mesmo contexto.

No sentido das formações socioculturais, o contexto social compartilhado – a dinâmica interacional em que um indivíduo influencia o outro numa situação de mútua referência por meio da linguagem, constituindo uma sociedade – revela que o videogame estimula interações comunicativas durante o jogo e além do jogo. Na comunidade de games, o gesto significativo constitui-se muitas vezes do uso de termos específicos. No entanto, esse gesto não pode ser considerado como um fator de exclusão. Ele diferencia interações e relações dentro da comunidade, mas não é determinante para indicar quem faz ou não parte do cenário de jogos.

Outro ponto de destaque encontrado na pesquisa é a plataforma Discord. Diante do contexto do videogame, o Discord se mostra como interessante para estudo de interações, não só comunicativas, mas também sociais, na proposta de Thompson (2002, 2008). Há uma infinidade de deixas simbólicas, de orientações da atividade e de características interativas presentes na plataforma. Como é um local em que os *bots*⁸⁵ atuam como moderadores dentro das salas, os aspectos relacionados à IHC (Interação Humano-Computador) também poderiam ser contemplados em estudos futuros. Essas descobertas aconteceram na terceira etapa da pesquisa e por isso não foi possível realizar avanços nesse sentido.

⁸⁵ O termo *bot* é o diminutivo da palavra *robot*. Conhecida também como *web robot* ou *internet bot*, trata-se de uma aplicação de *software* que simula as ações humanas repetidas vezes seguindo um padrão. Os *chatbots* – que também são conhecidos como *bots* – são utilizados para comunicação simulando uma maneira de interagir com humanos. São comumente encontrados em páginas de atendimento ao cliente, sempre buscando automatizar processos.

Ao voltar no ato social completo da matriz meadiana e constatar a existência dos não-humanos nesse processo, questiona-se ainda a ideia de constituição de sociedade (conjunto de comportamentos cooperativos). Se o gesto significativo é o que distingue as interações comunicativas das demais interações, como poderia ser observado esse percurso?

Sob a perspectiva de avanços na discussão do campo da Comunicação, a presente pesquisa traz contribuições acerca das formações socioculturais, bem como da importância da linguagem, seja esta verbal ou não-verbal, nos processos comunicativos. Dessa forma, a partir de um olhar para o videogame, compreendendo-o como uma mídia em que a comunicação ocorre como um sistema – contempla troca, fluxo, influência e manipulação (BARBOSA; SILVA, 2010) –, as interações comunicativas foram evidenciadas nas ações do jogo e em decorrência deste. Assim, quando se está em jogo, a troca de mensagens é a maneira como a palavra interfere nas ações. A conduta de um evoca sentido no outro, num contexto de mútua referência, e é isso que destaca a importância do gesto significativo nos estudos das interações (FRANÇA, 2008). Foi possível vislumbrar como a comunicação em jogo ocorre, seja durante a ação em si ou quando o videogame estimula interações em outros locais devido aos usos (combinar uma partida, trocar informações, tirar dúvidas etc).

Sob esta ótica, ao retomar as abordagens dos estudos das interações, a questão dos usos reforça os apontamentos de Lucrecia Ferrara (2015) de que a interação está em continuidade à mediação. Por vezes, se torna difícil estabelecer fronteiras ou uma cisão entre conceitos de mediação e interação. Estamos tratando da capacidade de comunicação técnica ou da comunicação inerente à condição humana? Ao vislumbrar os usos nos games, esse cenário, por vezes, é uma ação conjunta que envolve o outro por meios técnicos. Ainda com base nos conceitos de Ferrara (2015), esse cenário pode ser um exemplo da dúvida que continua colocando em debate o que é de fato o objeto da Comunicação.

Sobre aspectos teóricos, vale ainda voltar à perspectiva cultural sobre o jogo e a civilização que surge e se desenvolve por meio deste (HUIZINGA, 2000). Nesse sentido ainda, a presente dissertação reafirma os estudos de Frago e Amaro (2018), no sentido de que se pretendemos nos compreender enquanto sociedade neste momento, é preciso olhar para os jogos que jogamos na contemporaneidade.

Os usos, a questão cultural, bem como a influência mútua e a dinâmica interacional que faz parte das interações comunicativas refletem a nossa sociedade.

Para pesquisas futuras, além das considerações já citadas sobre os não-humanos em tais processos comunicativos no contexto do videogame, sugerem-se ainda estudos relacionados às interações não somente na plataforma Discord, mas também na Twitch.TV, em que é possível contemplar interações mesmo para aqueles jogos em que essa ação não ocorre na situação de jogo. Ademais, outros estudos relacionados às interações comunicativas poderiam ser vistos nos grandes eventos e competições de *e-Sports*.

REFERÊNCIAS

AARSETH, Espen. A narrative theory of games. In: **International Conference On The Foundations of Digital Games**, 4., Raleigh, 2012. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/254006015_A_narrative_theory_of_games/.

Acesso em: 19 abr. 2019.

_____. **Playing research: methodological approaches to game analysis**. In: The Digital Arts and Culture Conference, 5., 2003, Melbourne. Anais eletrônicos. Melbourne: DAC, 2003. Disponível em:

<http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/Aarseth.pdf/>. Acesso em: 10 abr. 2019

_____. Computer Game Studies, year one. **Game Studies**, Copenhagen, v. 1, n. 1, jul. 2001. Disponível em: <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html/>. Acesso em: 20 maio 2019.

AMARO, Mariana. **Eu não posso ser dois: uma perspectiva sobre o conceito de gameplay a partir de experimentos com o jogo Brothers: a tale of two sons**. 2016.

Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em:

<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/142834/>. Acesso em: 20 out. 2018.

AUDI, Gustavo. **Consumo de jogos de videogame: breve análise histórico-social sobre o estímulo ao comportamento lúdico**. In: Jogos, Mundos Virtuais e Ambientes Colaborativos (P2P), do IV Simpósio Nacional da ABCiber, Rio de Janeiro, 2010. Anais do

IV Simpósio Nacional da ABCiber, 2010. Disponível em: <https://docplayer.com.br/41604534-Consumo-de-jogos-de-videogame-breve-analise-historico-social-sobre-o-estimulo-ao-comportamento-ludico-1.html/>.

Acesso em: 25 set. 2018.

BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisas de survey**. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2003.

BARBOSA, Simone Diniz Junqueira; SILVA, Bruno Santana da. **Interação humano-computador**. [S.l.]: Elsevier, 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições: 70, 2016.

BARICHELLO, Eugenia M. M.R.; CARVALHO, Luciana M. Understanding the digital social media from McLuhan's idea of medium-ambiente. **Matrizes**, v. 7, n. 1, 2013. Disponível em:

<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/56656/>. Acesso em: 28 maio 2019.

BELLO, Robson Scarassati; VASCONCELOS, José Antonio. O videogame como mídia de representação histórica. **Revista Observatório**, v. 3, n. 5, p. 216-250, 2017. Disponível em:

<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/download/3950/11441/>.

Acesso em: 29 maio 2019.

BONIN, Jiani. A dimensão metodológica na orientação de pesquisas em comunicação. In: MALDONADO, Alberto Efendy [et al.]. **Epistemologia, investigação e formação científica em comunicação**. Rio do Sul: UNIDAVI, 2012.

BRAGA, José Luiz. Interação como contexto da Comunicação. **Matrizes**, v. 6, n. 1, p. 25-41, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/48048/51802/>. Acesso em 10 set. 2019.

_____. A prática da pesquisa em comunicação-abordagem metodológica como tomada de decisões. In: **E-Compós**. 2011. Disponível em: <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/665/>. Acesso em: 10 out. 2018.

_____. Interação e Recepção. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 9. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000. **Anais**. Brasília: Compós, 2000. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1399.pdf/. Acesso em: 10 set. 2019.

CAILLOIS, Roger. **Man, play and games**/Roger Caillois; translated from the French by Meyer Barash, p. cm. Translation of: Les jeux et les hommes. Illinois: University of Illinois Press, 2001.

CARVALHO, Vitor; TEIXEIRA, Carla; CARVALHO, Breno. **Jogadores Tóxicos: Uma análise comportamental dos jogadores brasileiros de LOL**. In: XIV SBGames, 2015, Teresina. Anais. Disponível em: <http://www.sbgames.org/sbgames2015/anaispdf/cultura-short/147938.pdf/>. Acesso em: 03 mar. 2019.

DUARTE, Jorge. Entrevistas em profundidade. In: DUARTE, Jorge. BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**, v. 2, São Paulo: Atlas, 2005.

FALCÃO, Thiago Pereira. **Camadas Relacionais de Prescrição. Alicerces para uma Metodologia de Análise dos Jogos Eletrônicos**. Anais do XX Encontro Anual da Compós, 2011. Disponível em: <https://bityli.com/stlh8>. Acesso em: 10 fev. 2019.

FERRARA, Lucrecia D.'Alessio. **Comunicação, mediações, interações**. Pia Sociedade de São Paulo: Editora Paulus, 2015.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis: comprender los nuevos medios**. Pine Forge Press, 1997/ Buenos Aires: Ediciones Granica, 1998.

FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes**/ Uwe Flick; tradução Magda Lopes, revisão técnica: Dirceu da Silva. Porto Alegre: Penso Editora, 2013.

FRAGOSO, Suely; AMARO, Mariano. **Introdução aos estudos de jogos**. Salvador: EDUFBA, 2018. 2,4 MB ; epub.- (Coleção Cibercultura). Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/27659/>. Acesso em: 05 nov. 2018.

FRAGOSO, Suely et al. Estudos de Games na área da Comunicação no Brasil: tendências no período 2000-2014. **Verso e Reverso**, v. 31, n. 76, p. 2-13, 2016. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2016.31.76.01/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

FRAGOSO, Suely. The spatial experience of games and other media: notes from a theoretical-analytical model of representations of space. **Comunicação e Sociedade**, v. 27, p. 2098, 2015. Disponível em: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/2097/>. Acesso em: 29 maio 2019.

_____. De interações e interatividade. Revista **Fronteiras—estudos midiáticos**, v. 3, n. 1, p. 83-96, 2001.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Interações comunicativas: a apreensão da globalidade da comunicação. Uma análise de centenário de Belo Horizonte como fenômeno comunicativo. **Comunicação e Sociedade**, v. 2, p. 129-142, 2013. Disponível em:

<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/download/1389/1321/>. Acesso em: 03 mar. 2019.

_____. Interações comunicativas: a matriz conceitual de GH Mead. In: PRIMO, Alex et al. **Comunicação e interações**. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 71-91.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula. **Curso básico de Teorias da Comunicação**. Autêntica, 2016.

_____. Interações. In: FRANÇA, Vera Veiga; MARTINS, Bruno Guimarães; MENDES, André Melo. **Trajectoria, conceitos e pesquisa em comunicação**. Belo Horizonte (MG): Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas – PPGCom- UFMG, 2015, p. 167-173.

FRASCA, Gonzalo. **Videogames of the oppressed: Videogames as a means for critical thinking and debate**. 2001. Dissertação de Mestrado. School of Literature, communication, and culture, Georgia Institute of Technology. Disponível em: <https://ludology.typepad.com/weblog/articles/thesis/FrascaThesisVideogames.pdf/>. Acesso em: 10 maio 2019.

_____. **Ludology meets narratology: similitude and differences between (video)games and narrative**. 1999. Disponível em: <http://www.ludology.org/articles/ludology.html/>. Acesso em: 28 mar. 2019.

GADAMER, Hans-Georg. **Verdade e método I: esboço de uma hermenêutica filosófica**. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GRAY, David E. **Pesquisa no mundo real**/David E. Gray; tradução Roberto Cataldo Costa, revisão técnica: Dirceu da Silva – 2ª ed. – Porto Alegre: Penso Editora, 2012.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura**. Editora da Universidade de S. Paulo, Editora Perspectiva, 2000, 4ª edição.

HUNICKE, R.; LEBLANC, M.; ZUBEK, R. MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research. In: **Proceedings of the Challenges in Games AI Workshop, Nineteenth National Conference of Artificial Intelligence**, p. 1–5, 2004. Anais eletrônicos. San Jose, 2001-2004. Disponível em: <http://www.cs.northwestern.edu/~hunicke/MDA.pdf/>. Acesso em: 20 abr. 2019.

IOSCOTE, Fabia Cristiane. **Reflexões sobre consumo a partir do videogame: Jogo, logo pertença**. In: 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2019, Belém. Anais do 42º do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom Nacional), 2019a. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0658-1.pdf/>. Acesso em: 01 dez. 2019.

_____. **Interações comunicativas em comunidades de videogame: reflexões a partir do tóxico do League of Legends e do Counter Strike: Global Offensive**. In: XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2019, Porto Alegre. Anais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul (Intercom Sul), 2019b. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sul2019/resumos/R65-0215-1.pdf/>. Acesso em: 01 ago. 2019.

_____. **e-Sports: um panorama dos estudos sobre esportes eletrônicos nos cursos de pós-graduação em Comunicação na região Sul do Brasil.** In: X Enpecom - Encontro de Pesquisa em Comunicação, 2018, Curitiba. Anais do X Enpecom - Encontro de Pesquisa em Comunicação, 2018a. Disponível em: http://www.enpecom.ufpr.br/anais/2018/anais_2018.pdf/. Acesso em: 10 jan. 2019.

JÄRVINEN, Aki. **Games without Frontiers: Theories and Methods for Game Studies and Design**, 2007. Tese de Doutorado. University of Tampere, Finland. Disponível em: <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/67820/>. Acesso em: 16 abr. 2019.

JENKINS, Henry. **Rise of the Video Game** (A era do videogame). Produção: Discovery Channel. [S. l.: s. n.], 2007. Disponível em: <https://tinyurl.com/ycagv3tm/>. Acesso em: 10 jul. 2018.

JUUL, Jesper. The repeatedly lost art of studying games. **Game Studies**, Copenhagen, v. 1, n. 1, jul. 2001. Disponível em: <http://www.gamestudies.org/0101/juul-review/>. Acesso em: 10 maio 2019.

_____. **What computer games can and can't do.** In: Proceedings of Digital Arts and Culture Conference, Bergen: 2000. Disponível em: <http://www.jesperjuul.net/text/wcgcacd.html/>. Acesso em: 10 maio 2019.

JUUL, Jesper; NORTON, Marleigh. **Easy to use and incredibly difficult: on the mythical border between interface and gameplay.** In: Proceedings of the 4th International Conference on the Foundations of Digital Games, ACM (2009), 107-112. Disponível em: <https://www.jesperjuul.net/text/easydifficult/>. Acesso em: 23 abr. 2019.

LOPES, Vinícius da Silva. **Padrões para interação e usabilidade em jogos MOBA e FPS.** 87p. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia de Software) – Universidade Federal do Pampa, Campus Alegrete, Alegrete, 2017. Disponível em: <http://dspace.unipampa.edu.br:8080/jspui/handle/riu/2060/>. Acesso em: 20 abr. 2019.

MANZINI, Eduardo. J. Entrevista semiestruturada: análise de objetivos e de roteiros. In: **Seminário Internacional sobre Pesquisa e Estudos Qualitativos**, 2004, Bauru. Anais. Bauru: USC, 2004. v. 1. p. 01-10. Disponível em: <http://www.eduinclusivapesq-uerj.pro.br/images/pdf/manzinibauru2004.pdf/>. Acesso em: 08 mar. 2020.

MATTOS, Maria Ângela; VILLAÇA, Ricardo Costa. Interações midiáticas: desafios e perspectivas para a construção de um capital teórico. **Comunicação Midiática**, v. 7, n. 1, p. 22-39, 2012. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/298/297/>. Acesso em: 10 set. 2019.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação: como extensões do homem.** Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.

MURRAY, Janet. **Hamlet no holodeck.** São Paulo: Unesp, 2003.

MUSTARO, Pollyana.N.; FORTIM, Ivelise. **A descriptive analysis from five years of activities.** In: XI SBGames, 2012, São Paulo. Anais. Disponível em: https://www.sbgames.org/sbgames2012/proceedings/papers/cultura/C_F12.pdf/. Acesso em: 10 jan. 2019.

NEWZOO. **Brazil Games Market 2018**. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/infographics/brazil-games-market-2018/>. Acesso em: 6 ago. 2018.

_____. **The Brazilian Gamer | 2017**. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/infographics/the-brazilian-gamer-2017/>. Acesso em: 6 ago. 2018.

PERANI, Letícia. **Jogando para comunicar, comunicando para jogar: por um lugar dos games nas Ciências da Comunicação e na Cibercultura**. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 8., 2014, São Paulo. Anais eletrônicos. São Paulo: ABCiber, 2014. Disponível em: http://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/leticia_perani_soares_39.pdf/. Acesso em: 10 mar. 2019.

PINHEIRO, Cristiano Max. Jogos digitais, comunicação e entretenimento: a televisão namorando com o computador. **Esferas**, n. 2, 2013. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/download/3971/3011/>. Acesso em: 20 maio 2019.

_____. **Apontamentos para uma aproximação entre jogos digitais e comunicação**. 2007. 201 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4320/>. Acesso em: 16 jul. 2018.

_____. **A história da utilização dos games como mídia**. 4º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, Anais. São Luis Rede Alcar, 2006. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/4o-encontro-2006-1/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

POOLE, Steven. **Trigger happy: Videogames and the entertainment revolution**. Arcade Publishing, - revised 2004 - 2000.

PRIMO, Alex et al. **Comunicação e interações**. Porto Alegre: Sulina, 2008a.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: 2ª ed. Sulina, 2008b.

_____. **Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador**. 2005. Disponível em: http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/enfoques_desfoques.pdf/. Acesso em: 10 maio 2019.

_____. **Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo**. Revista da Famecos, n. 12, p. 81-92, jun. 2000. Disponível em: http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/int_mutua_reativa.pdf/. Acesso em: 10 maio 2019.

PRIMO, Alex F. T.; CASSOL, Márcio, B. F. Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias. **Informática na educação: teoria & prática**. Vol. 2, n. 2 (out. 1999), p. 65-80, 1999.

REIS, Givanildo. **Videogame: história, gêneros e diálogo com o cinema**. 2005. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo, Universidade de Marília, São Paulo. Disponível em: <http://www.unimar.br/pos/trabalhos/arquivos/4fad589f032b377ef35f6d7850966007.pdf/>. Acesso em: 19 jul. 2018.

ROMANUS, Juliana Saldanha. **Colaboração e jogos eletrônicos: observações acerca do game design de Dota 2 visando o desenvolvimento de jogos MOBA (Multiplayer Online Battle Arena)**, 2016. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1884/45393/>. Acesso em: 20 dez. 2018.

SANTAELLA, Lúcia. A estética das linguagens líquidas. In: SANTAELLA, Lúcia; ARANTES, Priscila (orgs). **Estéticas tecnológicas; novos modos de sentir**. São Paulo: EDUC, 2008, p. 35-53.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?**. Tradução: Milton Camargo Mota. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

THOMPSON, John B. A nova visibilidade. **Matrizes**, v. 1, n. 2, p. 15-38, 2008. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/38190/40930/>. Acesso em: 18 nov. 2018.

_____. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**; tradução de Wagner de Oliveira Brandão; revisão da tradução Leonardo Avritzer. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

TRIVIÑOS, Augusto. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

WATZLAWICK, Paul; BEAVIN, Janet Helmick; JACKSON, Don D. **Pragmática da comunicação humana**. Um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação. Tradução de Álvaro Cabral. São Paulo: Cultrix, 1967.

WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Trad. Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa: Editora Universidade de Brasília, 1991.v.1.

WOLF, Mark. J. P. **The Medium of the Video Game**, Austin: University of Texas Press, (2001).

WOLTON, Dominique. **Internet e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Tradução de Isabel Crosseti. Porto Alegre: Editora Sulina, 2003.

APÊNDICE A – ESTADO DA ARTE

O estado da arte foi realizado no primeiro semestre do mestrado com início no mês de abril de 2018. Nessa busca, foi considerado o termo e-Sports, o qual era o objetivo de pesquisa à época. Conforme relatado nas páginas 70, 71 e 72 do capítulo metodológico foram encontradas dificuldades para alcançar resultados satisfatórios no Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) na busca pelo termo e-Sports. Em julho de 2018 foi realizada uma nova busca por teses e dissertações no referido repositório para o termo videogame considerando o período de 2007 a 2017. Desse modo, foram encontrados 250 trabalhos que apresentam o termo videogame no título, resumo e/ou palavras-chave em diferentes áreas. A aplicação de um filtro para a área de conhecimento Comunicação resultou em 44 trabalhos.

Os trabalhos foram organizados em uma planilha de Excel seguindo a ordem de ano; tipo (tese ou dissertação); título do trabalho; resumo; Instituição de Ensino Superior (IES); região; autor; palavras-chave e link do trabalho. Dessa forma foi possível contabilizar os resultados numa espécie de mapeamento da produção, conforme mostra a TABELA 6.

TABELA 6 – TRABALHOS NO BANCO DA CAPES ENTRE 2007 A 2017

Região	Trabalhos	Percentual
Centro-Oeste	3	6,8%
Nordeste	2	4,5%
Norte	1	2,3%
Sudeste	35	79,6%
Sul	3	6,8%
Total	44	100%

FONTE: a autora (2018).

Um dos destaques é a região Sudeste que concentra o maior percentual da produção de trabalhos (79,6%), contabilizando 35 trabalhos. Os resultados também mostraram que a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) apresenta a maior produção de estudos (20%) no recorte investigado, seguida pela Universidade de São Paulo (USP) com 16% e a Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) com 11%, conforme a TABELA 7.

TABELA 7 – TRABALHOS NO BANCO DA CAPES POR IES

Região	IES	Trabalhos	Percentual
Centro-Oeste	Universidade Católica de Brasília	1	2%
	Universidade Federal de Goiás	1	2%
	Universidade de Brasília	1	2%
Norte	Universidade Federal do Pará	1	2%
	Anhembi Morumbi	3	7%
	Faculdade Cásper Libero	2	5%
Sudeste	Pontifícia Universidade Católica - SP	9	20%
	Universidade Estadual do Rio de Janeiro	5	11%
	Universidade Federal Fluminense	1	2%
	Universidade Federal de Juiz de Fora	2	5%
	Universidade Federal de Minas Gerais	2	5%
	Universidade Federal de São Carlos	1	2%
	Universidade Metodista de São Paulo	1	2%
	Universidade Paulista	1	2%
	Universidade de Sorocaba	1	2%
	Universidade de São Paulo	7	16%
	Sul	Universidade Federal do Rio Grande do Sul	1
Unisinos		2	5%
Total		44	100%

FONTE: a autora (2018).

Nesse recorte foi encontrado um trabalho relacionado a temática de e-Sports. A dissertação de autoria de Kaluan Boarini Bernardo intitulada “*e-Sports: um estudo de caso sobre como a relação entre esporte e videogame se dá na sociedade capitalista contemporânea*” defendida, em 2016, na Faculdade Cásper Libero (SP)⁸⁶.

⁸⁶ Disponível em: <https://bitly.com/fVadg/>. Acesso em: 10 abr. 2018.

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO ON-LINE

Pesquisa sobre jogadores e videogames

Esta pesquisa faz parte dos estudos da mestranda Fabia Ioscote, aluna do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR) cujo objetivo é compreender as interações entre jogadores a partir dos videogames. Lembramos que as informações prestadas são de uso exclusivo para fins acadêmicos. Agradecemos desde já pelo seu interesse. O tempo médio para responder este questionário é de 7 minutos.

Qual sua idade?

Qual seu gênero?

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não responder

Onde você mora? Cidade/UF

Qual seu grau de escolaridade?

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo

Você joga videogame?

- Sim
- Não

Nesta seção vamos abordar questões específicas sobre videogames

P.1 Qual(is) dispositivo(s) você usar para jogar?

- Smartphone
- Console
- PC
- Console Portátil
- Tablet
- SmarTV
- Outros

P.2 Qual o seu jogo favorito?

P.3 Além do seu jogo favorito, cite mais dois jogos que você gosta:

P.4 Sobre o seu jogo favorito. Escreva em poucas palavras porque este é o seu jogo favorito:

P.5 Há quanto tempo você joga?

P.6 Com qual frequência você joga?

- Todos os dias
- 2 a 3 vezes por semana
- Somente em final de semana
- A cada 15 dias

P.7 Quantas horas costuma ficar em média quando joga?

- 1 hora
- Entre 2 e 4 horas
- Mais de 4 horas

P.8 Em qual horário você joga com maior frequência?

- Manhã
- Tarde
- Noite
- Madrugada

P.9 Em qual local você costuma jogar?

- Em casa
- Na casa de amigos
- Em espaços especializados como bares/lanchonetes

P.10 Na sua cidade existe algum espaço especializado como bares/lanchonetes onde ocorrem competições?

P.11 Se sim, cite o nome do espaço especializado como bares/restaurantes onde ocorrem competições em sua cidade:

P.12 Por que você joga?

P.13 Você joga geralmente:

- Sozinho(a)
- Com amigos

P.14 Você joga on-line?

- Sim
- Não

P.15 Você se considera um(a) jogador(a):

- Amador(a)
- Semiprofissional
- Profissional

P.16 Você costuma participar de torneios on-line?

- Apenas como brincadeira entre amigos
- Participo de torneios amadores
- Participo de torneios semiprofissionais
- Participo de torneios profissionais

Não participo de torneios on-line

P.17 Você vai presencialmente em torneios de videogames como eventos/feiras, torneios oficiais ou em espaços especializados como bares/lanchonetes onde ocorrem competições?

- Espaços especializados como bares/lanchonetes
- Eventos/feiras
- Torneios oficiais
- Outros

P.18 Cite até três locais (eventos/feiras; torneio oficiais e/ou espaços especializados como bares/lanchonetes) que você esteve presente nos últimos 12 meses.

P.19 Qual a principal motivação para você ir presencialmente em torneios de videogames?

P.20 De alguma maneira, o videogame te permitiu conhecer novas pessoas, fazer novas amizades?

- Sim
- Não

P.21 Sobre essas novas pessoas (novas amizades) você fez mais amizades on-line ou off-line?

- Fiz mais amizades on-line
- Fiz mais amizades off-line

P.22 Qual opção descreve melhor essas novas amizades (on-line e off-line)? São novas amizades apenas para videogame; São novas amizades que vão além de jogar videogame.

- São novas amizades apenas para videogame
- São novas amizades que vão além de jogar videogame

P.23 Você joga on-line e em equipe?

- Sim
- Não

P.24 Se você joga on-line e em equipe, você pode afirmar que os integrantes da sua equipe moram:

- Na mesma cidade
- Em cidades distantes a até 100 km
- Em cidades distantes entre 100 e 500 km
- Em cidades localizadas em outro estado localizadas em outro estado
- Em cidades localizadas em outro país

Você gostaria de participar da segunda fase desta pesquisa que ocorrerá nos próximos meses?

- Sim
- Não

Você teria disponibilidade para participar de uma entrevista individual, mais longa, de mais ou menos uns 40 minutos, presencial ou online?

- Sim
- Não

Qual seu nome?

Por favor, deixe seu telefone: (xx) 99999-9999 e e-mail

APÊNDICE C – RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO ON-LINE

Esse apêndice apresenta os resultados das perguntas P.2; P.3; P.11 e P.17 que tratam dos jogos favoritos, incluindo até três jogos, espaços especializados como bares/restaurantes que os jogadores costumam frequentar e até três locais que o jogador esteve presente nos últimos 12 meses, respectivamente. A P.11 mostra uma relação dos espaços especializados que os jogadores frequentam divididos por Estado. Já a P.17 lista todos os eventos, torneios oficiais, feiras e ainda espaços especializados como bares/restaurantes que os jogadores freqüentaram nos últimos 12 meses⁸⁷. O percentual de eventos, torneios oficiais, feiras, bares/restaurantes dividido por região do Brasil pode ser conferido na TABELA 5 no capítulo sobre resultados do questionário on-line.

P. 2 Qual o seu jogo favorito?	Quantidade	Percentual
League of Legends	119	20,7%
Overwatch	88	15,3%
Dead By Daylight	17	3,0%
Counter Strike: Global Offensive	17	3,0%
The Legend of Zelda	16	2,8%
FIFA	12	2,1%
Pokémon	11	1,9%
God of War	11	1,9%
World Of Warcraft	10	1,7%
Super Mário	9	1,6%
The Elder Scrolls V: Skyrim	8	1,4%
Final Fantasy	8	1,4%
The Last of Us	7	1,2%
The Witcher 3	7	1,2%
Dark Souls	6	1,0%
Fortnite	6	1,0%
Kingdom Hearts	6	1,0%
Tomb Raider	6	1,0%
Resident Evil	6	1,0%
Call Of Duty	5	0,9%
Dragon Age	5	0,9%
The Sims	5	0,9%
Crash Bandicoot	5	0,9%
Red Dead Redemption II	5	0,9%
DotA 2	5	0,9%
Chrono Trigger	4	0,7%

continua

⁸⁷ O questionário on-line foi iniciado no dia 7 de dezembro de 2018 e encerrado no dia 21 de fevereiro de 2019.

P. 2 Qual o seu jogo favorito?	Quantidade	Percentual
Playerunknown's Battlegrounds	4	0,7%
Shadow of the Colossus	4	0,7%
Rainbow Six Siege	4	0,7%
Warframe	4	0,7%
Grand Theft Auto	4	0,7%
Life is Strange	4	0,7%
Metal Gear Solid	4	0,7%
Donkey Kong	3	0,5%
Battlefield	3	0,5%
Bayonetta	3	0,5%
Fallout	3	0,5%
Destiny	3	0,5%
HearthStone	3	0,5%
Tibia	3	0,5%
Hollow Knight	3	0,5%
Left 4 Dead 2	3	0,5%
BioShock	3	0,5%
Stardew Valley	2	0,3%
Injustice 2	2	0,3%
Guitar Hero	2	0,3%
Just Dance	2	0,3%
Silent Hill	2	0,3%
For Honor	2	0,3%
Super Smash Brothers	2	0,3%
ARK Survival Evolved	2	0,3%
Black Desert Online	2	0,3%
Mass Effect	2	0,3%
RuneScape	2	0,3%
Monster Hunter World	2	0,3%
Smite	2	0,3%
Warcraft 3	2	0,3%
Devil May Cry	2	0,3%
Persona	2	0,3%
Diablo	2	0,3%
Portal	2	0,3%
Don't Starve Together	2	0,3%
Pro Evolution Soccer	2	0,3%
Firewatch	2	0,3%
Forza	2	0,3%
Grand Chase	2	0,3%
Ori and the Blind Forest	2	0,3%
Assassin's Creed	2	0,3%
Gears of War	1	0,2%
Gorogoa	1	0,2%
Chrono Cross	1	0,2%
NieR: Automata	1	0,2%
Megaman X	1	0,2%
Odin Sphere	1	0,2%
Starbound	1	0,2%
Okami	1	0,2%

continua

P. 2 Qual o seu jogo favorito?	Quantidade	Percentual
Team Fortress	1	0,2%
One Piece: Pirate Warriors 2	1	0,2%
Dofus	1	0,2%
Guild Wars 2	1	0,2%
Animal crossing	1	0,2%
OSU!	1	0,2%
Sonic	1	0,2%
Outlast	1	0,2%
Subnautica	1	0,2%
Conan Exiles	1	0,2%
Bubble Shooter	1	0,2%
Paladins	1	0,2%
Tetris	1	0,2%
Path of Exile	1	0,2%
The King Of Fighters	1	0,2%
Five Nights at Freddy's	1	0,2%
The Sims	1	0,2%
Persona	1	0,2%
Uncharted	1	0,2%
Dragon's Dogma	1	0,2%
Mortal Kombat	1	0,2%
Enter the Gungeon	1	0,2%
Killing Floor	1	0,2%
Harry Potter Mystery	1	0,2%
Splatoon 2	1	0,2%
Celeste	1	0,2%
Prinny: can really a be Hero?	1	0,2%
Suikoden II (PS1)	1	0,2%
Bloodborne	1	0,2%
Super Mario RPG	1	0,2%
Rain World	1	0,2%
Tales of Symphonia	1	0,2%
Batman Arkham	1	0,2%
Tera	1	0,2%
Hearts of Iron IV	1	0,2%
The Binding of Isaac	1	0,2%
Borderlands	1	0,2%
The Evil Whitin	1	0,2%
RFactor	1	0,2%
Dishonored 2	1	0,2%
Fire Emblem	1	0,2%
Lineage II	1	0,2%
Rust	1	0,2%
Far Cry	1	0,2%
S.T.A.L.K.E.R.	1	0,2%
Alice Madness Returns	1	0,2%
Sailor Moon: Another Story	1	0,2%
Undertale	1	0,2%
SAMP	1	0,2%
Warface	1	0,2%

continua

P. 2 Qual o seu jogo favorito?	Quantidade	Percentual
Detroit: Become Human	1	0,2%
Need for Speed	1	0,2%
Shin Megami Tensei IV Apocalypse	1	0,2%
Bastion	1	0,2%

FONTE: a autora (2019).

A pergunta P.3 pediu aos respondentes que indicassem mais dois jogos favoritos, além do primeiro jogo citado⁸⁸. Esta pergunta não era obrigatória, mas um segundo jogo favorito foi citado por todos os respondentes. Com base nas 574 respostas, os jogos foram organizados tendo em consideração um recorte para aqueles que foram citados pelo menos dez vezes. Os jogos Overwatch e League of Legends aparecem novamente como favoritos, conforme mostra a TABELA 8.

TABELA 8 – SEGUNDO JOGO FAVORITO

Jogo	Quantidade	Percentual
Overwatch	73	13%
League Of Legends	63	11%
Fortnite	26	5%
Counter Strike: Global Offensive	24	4%
God of War	16	3%
Pokémon	15	3%
PlayerUnknown's Battlegrounds	13	2%
Dead by Daylight	12	2%
FIFA	12	2%
Red Dead Redemption II	12	2%
Super Mario	12	2%
Call Of Duty	10	2%
Grand Theft Auto	10	2%
Resident Evil	10	2%
The Legend of Zelda	10	2%
Total	318	57%

FONTE: a autora (2019).

Ainda na pergunta P.3, 527 respondentes citaram um terceiro jogo preferido. Com base nestas respostas, novamente foi estabelecido um recorte para os jogos que foram citados pelo menos dez vezes, conforme mostra a TABELA 9.

⁸⁸ Destaca-se que todos os respondentes compreenderam o objetivo da pergunta P.3 e não houve duplicatas nas respostas. Dessa forma, foram citados dois ou três jogos prediletos diferentes.

TABELA 9 – TERCEIRO JOGO FAVORITO

Jogo	Quantidade	Percentual
Overwatch	38	7%
League Of Legends	30	6%
Counter Strike: Global Offensive	19	4%
Fortnite	14	3%
The Last Of Us	13	2%
Dead by Daylight	11	2%
God of War	11	2%
Pokémon	11	2%
The Sims	11	2%
Final Fantasy	10	2%
Life is Strange	10	2%
Rainbow Six Siege	10	2%
Resident Evil	10	2%
Tomb Raider	10	2%
Total	208	40%

FONTE: a autora (2019).

P.11 Espaços especializados como bares/restaurantes citados por Estado																	
Nome do Local	BA	CE	DF	ES	GO	MG	MS	MT	PB	PE	PR	RJ	RR	RS	SC	SP	Total geral
A Dona Pizza											1						1
Bar Legends BH						1											1
Bar Legends Campinas																1	1
Bar Legends RJ												1					1
BSOG																1	1
Bulldog Lan House							1										1
Center Cards																1	1
Chubbys Sport Bar																1	1
Cooldown E-Sports n' Burgers											39					1	40
Corvo Negro								1									1
Cyber cafe															1		1
Estação Lan House								1									1
FATENP															1		1
Geek Burguer											4						4
Glacon Informática			1														1
Good Game E-Sports Bar											1					6	7
Haduken														1			1
Hands											1						1
Koopa Troopa											1						1
Lan House Crovax						1											1
Livraria Geek																1	1
Lords Diversões Inteligentes																1	1
Ludus Luderia																1	1
Max Arena																1	1
Mega Arena DXC				1													1
Não informou		1	1		1	1			1		4	4		1		18	32

continua

P.11 Espaços especializados como bares/restaurantes citados por Estado																	
Nome do Local	BA	CE	DF	ES	GO	MG	MS	MT	PB	PE	PR	RJ	RR	RS	SC	SP	Total geral
Não lembra/sabe	1		2	1		3			1	1	4	4		2	1	18	38
Nexus Pub														1			1
Play Time Game Bar										1							1
PlayVideo												1					1
Pub Of Legends																1	1
Star Games																1	1
Storm Space												1					1
Studio Games		1															1
Taverna - SP																1	1
Taverna do Dragão Barra da Tijuca												1					1
Taverna Medieval - SP																1	1
Ultimate Arena			1														1
VGS													1				1
Total geral	1	2	5	2	1	6	1	2	2	2	55	12	1	4	4	55	155

FONTE: a autora (2019).

P.17 Cite até três locais que esteve presente nos últimos 12 meses			
Nome do evento/local	Qtde.	Nome do evento/local	Qtde.
Não esteve presente nos últimos 12 meses	346	Game Strike	1
Brasil Game Show	55	Game Week	1
Comic Con Experience	35	Gamepolitan	1
Esteve presente, mas não citou o nome	28	Games e Geek	1
Cooldown E-Sports n' Burgers	26	Geek City	1
CBLol	17	Geek Prime	1
Anime Friends	11	Geeks and Games	1
GameXP	11	GG E-Sports	1
Geek & Game Rio Festival	7	Guaru Festival	1
Shinobi Spirit	7	Guilda (Escola de Game Design)	1
Anime Fest Fan	6	Hanamachi	1
Mid Seasonal Invitational (LoL)	5	Hero Spirit	1
Rainbow Six Siege	5	IberAnime	1
AnimeIngå	4	Joga Burger	1
ESL One BH	4	Koopa Troopa	1
Dreams World	3	League One Matsuri	1
LUE - Liga Universitária de E-Sports	3	Liga Amadora Gamers Club	1
Sana Fest	3	Lisboa Games Week	1
Anime Buzz	2	Lojas de Boardgame	1
Animextreme	2	Ludus Luderia (São Paulo)	1
Anipolitan	2	Manticore	1
Campus Party	2	Marikanime	1
Game Escola	2	Masmorra Nerd	1
Geek Burger	2	Master Nerd	1
Gibi Geek	2	Matsuri/Expo Japão (Londrina)	1
Gillette Arena	2	Max Arena	1
Jinrou	2	MegaCon PUC/PR	1

continua

P.17 Cite até três locais que esteve presente nos últimos 12 meses			
Nome do evento/local	Qtde.	Nome do evento/local	Qtde.
Max Arena	2	MegaCup	1
Meet and Greet do FalleN	2	Multiverse Geek	1
Pira Anime Fest	2	Museu do Videogame	1
Super Con	2	Nexus Pub	1
Up!ABC	2	Nipon	1
XMA	2	Órbita Bar	1
A Dona Pizza	1	Overwatch League	1
Anima Recife	1	Parada Nerd	1
Anime Arts	1	PDLol Recife	1
Anime Bomb	1	Pokémon	1
Anime Sumer	1	Pump it Pump	1
Anime Wing	1	Ressaca Friends	1
Animeira	1	Rio Anime Club	1
AniRaima	1	RPG Games	1
AOnime	1	Studio Games Experience	1
BIG Festival	1	Super Liga LoL	1
BlizzCon	1	Super Smash Bros	1
BM Com	1	Taverna Corvo Negro	1
Board Luderia	1	Taverna do Dragão	1
Bon Odori	1	Tekken	1
Brasil Game Cup	1	Tetris Burger	1
Burger Bits	1	Ti8 DotA 2	1
Campeonato de e-Sports Universitário CESU	1	Torneio Universitário de e-Sports	1
Coca-Cola Anime Party	1	Treta Championship	1
D20 (Itajubá)	1	Ultimate Arena	1
Electronic Entertainment Expo	1	VGS Pub	1
Encontro das Lendas	1	VGXP	1
Expo Anime	1	Vitrine E-Sports Bar	1
Festa Player	1	WASD Bar	1
Fliperama do Banana	1	Xplace Games	1

FONTE: a autora (2019).

APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar da terceira fase de uma pesquisa intitulada “A comunicação em jogo: interações comunicativas estimuladas pelo videogame” (título inicial provisório) desenvolvida no Mestrado em Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). A pesquisadora responsável pelo estudo é Fabia Cristiane Ioscote, jornalista, mestranda da UFPR e bolsista da Agência Escola de Comunicação Pública e Divulgação Científica e Cultural da UFPR. Eventuais dúvidas sobre o estudo podem ser esclarecidas pelos contatos: (41) 3313-2025/(41) 99801-3473 ou pelo e-mail jornalistafabiaisocote@gmail.com.

- a) O objetivo desta pesquisa é compreender como ocorrem as interações comunicativas a partir do videogame.
- b) Você recebeu este convite por ter participado da segunda fase desta pesquisa, um questionário on-line, em que deixou seus dados de contato manifestando interesse em ser entrevistado(a) numa próxima etapa.
- b) Ao participar desta pesquisa você será entrevistado(a) em uma sessão com duração média de 40 minutos, uma entrevista que será gravada em áudio, em que serão feitas perguntas sobre sua experiência com videogame, seus hábitos com jogos e sobre interações na comunidade de videogames.
- c) Sobre os riscos que envolvem a pesquisa, é importante ressaltar que não informaremos seu nome na dissertação. A pesquisa tem por objetivo realizar um recorte dentre os participantes da segunda fase deste trabalho (questionário on-line) para compreender de maneira mais aprofundada as interações comunicativas estimuladas pelo videogame.
- d) A relevância da pesquisa se dá tanto para o mercado de games e meios de comunicação, como para a academia, pois investiga as práticas interacionais entre os sujeitos a partir do videogame. Dessa maneira, as interações sociais, a interação com a máquina e com o jogo – no que se refere à jogabilidade e à interatividade com essa mídia, formam um cenário que, por meio de diferentes jogos, configura uma comunidade global interagente.
- e) Estão garantidas todas as informações que você queira, antes, durante e depois do estudo.

f) A sua participação nesta pesquisa é voluntária. Contudo, se você não quiser mais fazer parte do estudo, poderá solicitar de volta o termo de consentimento livre e esclarecido assinado sem quaisquer riscos ou penalidades.

g) Todas as despesas necessárias para a realização da pesquisa não são da sua responsabilidade.

Assinatura do pesquisador responsável

Nome: Fabia Cristiane Ioscote

R.G: 7.970.236-6 SESP PR

CONCORDÂNCIA EM PARTICIPAR

Eu, _____, li o texto acima e compreendi a natureza e objetivo da pesquisa da qual fui convidado a participar. A explicação que recebi menciona riscos e benefícios do estudo, bem como técnicas de pesquisa a serem utilizadas. Eu entendi que sou livre para interromper minha participação no estudo a qualquer momento. Eu concordo voluntariamente em participar desta pesquisa.

Assinatura do sujeito de pesquisa ou responsável

Identificação do responsável:

Nome completo: _____

RG: _____

Curitiba, ____ de _____ de 2020

APÊNDICE E – ROTEIRO DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS

1. IDENTIFICAÇÃO [reiterar sobre a garantia do anonimato conforme o TCLE]

ID:
Idade:
Nível de Escolaridade:
Profissão:
Cidade/UF:
Jogo predileto:
Tempo de experiência com o jogo predileto:
Tempo de experiência com jogos em geral:

2. ENTREVISTA

1º Bloco | Contexto social compartilhado

- 1) Como é que você começou a jogar? Alguém te influenciou?
- 2) Nos dias de hoje, alguém te influencia com o jogo?
- 3) Você acredita que de alguma maneira a comunidade de jogos influencia? Como?
- 4) Quando está on-line com grupo de amigos para jogar, como vocês se organizam para o jogo? Há alguma organização prévia?
- 5) Desde que começou a frequentar espaços virtuais por conta dos jogos, você percebe alguma diferença nesses ambientes? (no sentido de comportamento e conteúdos compartilhados)
- 6) Você acredita que existe algo que defina o que é ou quem faz parte da comunidade?

2º Bloco | Dinâmica interacional

- 1) Como você busca informações sobre seu jogo predileto?
- 2) Você utiliza redes sociais para esta finalidade? Quais? Com qual frequência?
- 3) E que tipo de informações você busca sobre seu jogo predileto? Você costuma compartilhar essas informações?
- 4) Existem outras informações do universo game que você consome? E por quais meios?

3º Bloco | Dimensão simbólica das interações comunicativas

- 1) Quando você está em jogo costuma interagir com outras pessoas? E como ocorrem estas interações?
- 2) Como você percebe(classifica) as interações na comunidade?
- 3) Já ocorreu algo que te desagradou nessas interações?
- 4) Houve alguma situação em que você se colocou no lugar do outro jogador em virtude de alguma atitude?

APÊNDICE F – OVERVIEW JOGOS PREDILETOS

Esse apêndice apresenta um *overview* sobre os jogos prediletos citados pelos entrevistados na terceira etapa da pesquisa. Para elaboração desse material foram consultados os sites oficiais dos jogos e também canais na Twitch.TV de jogadores amadores e iniciantes para a observação do jogo os quais estão listados na ficha técnica. Conforme explicitado no capítulo metodológico, foi realizada uma observação simples por cerca de uma hora de cada jogo citado na terceira etapa de pesquisa.

A apresentação está organizada conforme o QUADRO 8, jogos com interações comunicativas do Tipo A, sendo: a) ARK Survival Evolved; b) Monster Hunter World; c) Super Mario; d) Tekken 7; e) The Last of Us; f) The Legend of Zelda. E, jogos com interações comunicativas do Tipo B sendo: g) Counter Strike: Global Offensive; h) Final Fantasy XIV; i) Guild Wars 2; j) League of Legends; k) Overwatch; l) Pokémon GO.

a) ARK SURVIVAL EVOLVED⁸⁹

Desenvolvedora: Studio Wildcard

Ano de lançamento: 2015

Gênero: Ação

Posição como jogo favorito na segunda fase da pesquisa: 15º

Respondentes da segunda fase da pesquisa que jogam: 0,3%

Canal observado na Twitch.TV: <https://www.twitch.tv/andreasark>



ARK Survival Evolved, também conhecido como ARK, é um jogo pago de ação e aventura em um mapa de mundo aberto. Basicamente, a proposta do jogo é sobreviver em uma ilha habitada por dinossauros e criaturas pré-históricas. O game permite o modo *single-player* em que o jogador viverá a experiência sozinho e também o modo *multiplayer* em que serão formadas as tribos e então, haverá as batalhas do tipo PvP (Player versus Player).

⁸⁹ Disponível em: <http://playark.com/>. Acesso em: 19 jan. 2020.

b) MONSTER HUNTER WORLD⁹⁰

Desenvolvedora: Capcom

Ano de lançamento: 2017

Gênero: RPG Eletrônico

Posição como jogo favorito na segunda fase da pesquisa: 15º

Respondentes da segunda fase da pesquisa que jogam: 0,3%

Canal observado na Twitch.TV: https://www.twitch.tv/south_cricket



Monster Hunter World é um jogo de RPG eletrônico que faz parte da série Monster Hunter. Durante a partida o jogador assume o papel de um caçador que tem por objetivo matar ou atrapar a ação de vários monstros que circulam no ambiente. Conforme avança, o jogador ganha elementos para fabricar armas e armaduras para melhorar seu combate contra os monstros. O jogador pode fazer a história jogando sozinho ou em grupos cooperativos de até quatro jogadores no modo on-line. A Capcom, desenvolvedora do game, também organiza campeonatos do Monster Hunter World no Japão e nos Estados Unidos.

c) SUPER MARIO⁹¹

Desenvolvedora: Nintendo

Ano de lançamento: 1985

Gênero: Plataforma

Posição como jogo favorito na segunda fase da pesquisa: 8º

Respondentes da segunda fase da pesquisa que jogam: 1,6%

Canal observado na Twitch.TV: <https://www.twitch.tv/thirdwall>



O jogo Super Mário é considerado um clássico da história dos videogames. Lançado na década de 1980, o jogo ainda é protagonista no cenário contando com diferentes franquias e *remakes*. Os mais populares são Super Mario Bros. (1985); Super Mario 64 (1996); New Super Mario Bros. Wii (2009); Super Mario Maker 2 (2019) entre outros subprodutos como Super Mario Kart (1992); Mario Kart Tour (2019). O personagem Mario, que dá o nome a série, é um encanador italiano que

⁹⁰ Disponível em: <http://monsterhunterworld.com/>. Acesso em 11 jan. 2020.

⁹¹ Disponível em: <https://bit.ly/2wiX77l>. Acesso em 11 jan. 2020.

reside no Reino dos Cogumelos e sua principal missão é salvar a Princesa Peach. Em suas variadas franquias, o jogo conta com modos *single-player* e *multiplayer*.

d) TEKKEN 7⁹²

Desenvolvedora: Bandai Namco Entertainment

Ano de lançamento: 2015

Gênero: Luta

Posição como jogo favorito na segunda fase da pesquisa⁹³: -

Respondentes da segunda fase da pesquisa que jogam: -

Canal observado na Twitch.TV: <https://www.twitch.tv/isandsis>



Tekken 7 é o oitavo jogo da franquia Tekken. Trata-se de um jogo eletrônico de luta com a primeira edição lançada há mais de 20 anos e que pode ser jogado em modo *single-player* ou *multiplayer*. Diferentemente de outros jogos do gênero, no Tekken 7 é possível ganhar um nível de distância do adversário, sempre com uma personagem de um lado e outro personagem de outro, mas tendo uma visão quase como em 3D. O game conta com 37 personagens e também está presente no cenário dos e-Sports. Desde 2017, a Tekken World Tour (TWT) é o circuito competitivo oficial do jogo. A temporada de 2019 contou com 25 etapas e a final mundial teve prêmio estimado em R\$ 380 mil.

e) THE LAST OF US⁹⁴

Desenvolvedora: Naughty Dog

Ano de lançamento: 2013

Gênero: Ação/Aventura/Sobrevivência

Posição como jogo favorito na segunda fase da pesquisa: 10º

Respondentes da segunda fase da pesquisa que jogam: 1,2%

Canal observado na Twitch.TV: <https://www.twitch.tv/danazevedo>



⁹² Disponível em: <https://tk7.tekken.com/>. Acesso em: 12 jan. 2020

⁹³ Na primeira etapa da pesquisa quantitativa, o entrevistado não citou o Tekken 7 como um de seus jogos favoritos. Esse game também não foi citado pelos demais participantes do questionário on-line.

⁹⁴ Disponível em: <https://www.thelastofus.playstation.com/>. Acesso em: 18 jan. 2020.

The Last of Us é um jogo eletrônico de Ação/Aventura e Sobrevivência. Na história – um apocalipse zumbi – o jogador controla o personagem Joe. Ele perde a filha no começo do apocalipse e vive refugiado nos cantos desertos de um Estado, que o protege, mas precisa sempre ir para outras facções para conseguir mais comida e mais armas. Há uma facção chamada vagalume que tenta achar a cura para os infectados. Nesse game, existe um modo de escuta que permite ouvir os inimigos. The Last of Us é um jogo que pode ser jogado em modo *single-player* ou *multiplayer* em que até oito jogadores podem jogar partidas cooperativas ou competitivas.

f) THE LEGEND OF ZELDA⁹⁵

Desenvolvedora: Nintendo

Ano de lançamento: 1986

Gênero: Aventura

Posição como jogo favorito na segunda fase da pesquisa: 4º

Respondentes da segunda fase da pesquisa que jogam: 2,8%

Canal observado na Twitch.TV: <https://www.twitch.tv/maratopois>



The Legend of Zelda é um jogo eletrônico de Aventura. Trata-se de um jogo em um ambiente de fantasia que se passa no reino de Hyrule. A série é protagonizada pelo herói Link que tem como missão proteger o reino e a Triforce que é uma relíquia dentro da história. O game também tem um antagonista chamado Ganon. Em geral, é um jogo de guerra entre o bem e o mal. Desenvolvido pela Nintendo, este jogo foi acompanhando a evolução do videogame sendo disponibilizado para os diversos consoles da desenvolvedora. The Legend of Zelda é um jogo popular no modo *single-player*, no entanto, algumas versões da série contam também com o modo *multiplayer*.

⁹⁵ Disponível em: <https://www.zelda.com/>. Acesso em 10 jan. 2020.

**g) COUNTER STRIKE: GLOBAL OFFENSIVE
(CS:GO)⁹⁶**



Desenvolvedora: Valve

Ano de lançamento: 2012

Gênero: FPS

Posição como jogo favorito na segunda fase da pesquisa: 3º

Respondentes da segunda fase da pesquisa que jogam: 3,0%

Canal observado na Twitch.TV: <https://www.twitch.tv/edhuntercs>

Counter Strike: Global Offensive também conhecido como CS:GO ou simplesmente CS é um jogo de tiro em primeira pessoa jogado em times com cinco componentes cada: Terroristas (Terror) ou Contra-Terroristas (CTs). A ação acontece em um mapa e cada jogador escolhe em qual time quer jogar. A equipe TR tem uma bomba a ser plantada no cenário e a equipe CT precisa desarmar a bomba e garantir a segurança dos reféns. Ao final da partida os jogadores são recompensados com dinheiro do próprio jogo e podem adquirir armas ou equipamentos e acessórios. Existem quatro modos de jogo on-line, sendo o Clássico Competitivo o mais popular.

O CS:GO é um jogo de patente que classifica os jogadores de acordo com as vitórias conquistadas e habilidades. Durante a partida a comunicação é fundamental tanto para combinar invasões como para saber a posição do adversário no mapa.

h) FINAL FANTASY XIV⁹⁷

Desenvolvedora: Square Enix, Square Co.

Ano de lançamento: 2010

Gênero: MMORPG

Posição como jogo favorito na segunda fase da pesquisa: 9º

Respondentes da segunda fase da pesquisa que jogam: 1,4%

Canal observado na Twitch.TV: <https://www.twitch.tv/imli>



⁹⁶ Disponível em: <https://blog.counter-strike.net/pt-br/>. Acesso em 10 jan. 2020.

⁹⁷ Disponível em: <https://na.finalfantasyxiv.com/>. Acesso em 12 jan. 2020.

Final Fantasy XIV é a 14ª edição da série Final Fantasy (1987). É um jogo pago por mensalidade, com ênfase no tipo PvE (*Player versus Environment*), ou seja, Player contra Monstro. A história se passa em Eorzea e os jogadores assumem papéis por meio de um avatar customizável a partir de cinco espécies. Cada espécie tem duas tribos. Dessa forma, os jogadores exploram um mundo que reúne diversas tribos. Existem dois tipos de missões, as baseadas em histórias e as secundárias acessadas por meio das Guildas dos Aventureiros. No primeiro tipo de missão, o jogador acumula pontos de experiência e assim vai aumentando seu nível. Já nas missões por Guildas, os níveis são divididos por tipos com foco em combate e ajuntamento, assim, com interações com NPCs (*Non-Player Character*) – personagens não controláveis por jogador. Conforme avança nestas missões, o jogador ganha o favor de facções diferentes e desbloqueia novas habilidades. Diferente de outras edições da série, Final Fantasy XIV foi criado para que o jogador consiga passar por longos períodos longe dos demais companheiros. No entanto, por meio das Dungeons, é possível jogador PvP (*Player versus Player*).

i) GUILD WARS 2⁹⁸

Desenvolvedora: ArenaNET

Ano de lançamento: 2012

Gênero: MMORPG

Posição como jogo favorito na segunda fase da pesquisa: 16º

Respondentes da segunda fase da pesquisa que jogam: 0,1%

Canal observado na Twitch.TV: <https://www.twitch.tv/fabioandrade>



Guild Wars 2, também chamado pelos jogadores de GW2, é um jogo do gênero MMORPG que possui como uma das grandes atrações as guerras territoriais. Diferentemente da primeira versão em que os jogadores podiam escolher apenas personagens humanos, em GW2, é possível escolher entre cinco raças. A narrativa é tida como ponto forte do jogo que faz com que a busca pelo ressurgimento da Lâmina do Destino (uma equipe que carrega a bandeira das cinco raças) seja uma experiência diferente para cada jogador a depender de suas escolhas. As consequências são resultados tanto do caminho que o jogador faz

⁹⁸ Disponível em: <https://gw2br.com.br/>. Acesso em 17 jan. 2020.

como o de seus amigos. Apesar das diferenças entre as raças, elas têm inimigos em comum, os cinco dragões antigos, e assim precisam se unir nas batalhas para superá-los. A comunicação se dá por meio de chat em inglês.

j) LEAGUE OF LEGENDS⁹⁹ (LoL)

Desenvolvedora: Riot Games

Ano de lançamento: 2009

Gênero: MOBA

Posição como jogo favorito na segunda fase da pesquisa: 1º

Respondentes da segunda fase da pesquisa que jogam: 20,7%

Canal observado na Twitch.TV: <https://www.twitch.tv/sacy>



Em League of Legends os jogadores que figuram como “invocadores” controlam os campeões (personagens) que tem habilidades individuais. Reunidos em um time com cinco jogadores duelam contra outra equipe com o objetivo de destruir uma construção (Nexus) que fica na base e protegida por outras estruturas. No início de cada partida, os campeões começam fracos e evoluem ao longo do jogo. O Nexus é o que dá ao jogador controle sobre o campeão. Quando destruído o jogo termina. As partidas duram em média de 20 a 50 minutos. Nesse jogo, a comunicação em tempo real entre os jogadores do mesmo time é fundamental para vencer a partida. De acordo com a desenvolvedora, é considerado um jogo altamente acelerado, estratégico e competitivo.

k) OVERWATCH¹⁰⁰

Desenvolvedora: Blizzard

Ano de lançamento: 2015

Gênero: FPS

Posição como jogo favorito na segunda fase da pesquisa: 2º

Respondentes da segunda fase da pesquisa que jogam: 15,3%

Canal observado na Twitch.TV: <https://www.twitch.tv/shionbr>



⁹⁹ Disponível em https://play.br.leagueoflegends.com/pt_BR. Acesso em: 06 jan. 2020.

¹⁰⁰ Disponível em: <https://playoverwatch.com/pt-br/>. Acesso em 06 jan. 2020.

O Overwatch é um jogo pago de tiro em primeira pessoa jogado em equipe de seis contra seis. A equipe trabalha para proteger pontos de controle em um mapa ou acompanhar uma carga durante um determinado tempo. É um jogo de tiro baseado em heróis com um enredo que se passa na Terra num futuro próximo. Dentre as principais ferramentas disponíveis está a opção Procurar Grupo que pode reunir um grupo de jogadores controlando assim, sua experiência de jogo. No Overwatch também há um sistema de indicações que identifica o nível dos jogadores. Ao final de cada partida os jogadores indicam quem foi um bom aliado (comunicação útil e eficaz), aquele que toma decisões (líder, estrategista) e ainda aqueles de espírito esportivo (boa postura, respeitoso). Por ser um jogo em equipe, além de estratégia e habilidade, a comunicação precisa ser clara para se obter êxito na partida.

I) POKÉMÓN GO¹⁰¹

Desenvolvedora: Niantic, Inc., Nintendo e The Pokémon Company

Ano de lançamento: 2016

Gênero: Realidade Aumentada

Posição como jogo favorito na segunda fase da pesquisa: 6º

Respondentes da segunda fase da pesquisa que jogam: 1,9%

Canal observado na Twitch.TV: <https://www.twitch.tv/manemzeus>



Pokémon GO é um jogo de Realidade Aumentada desenvolvido para *smartphones*. A proposta é capturar, batalhar e treinar as criaturas chamadas de Pokémon. É um jogo que foi projetado para que as pessoas tivessem mobilidade no mundo físico. Apesar do sucesso, o game recebeu diversas críticas por problemas técnicos relacionados à experiência de uso e também a acidentes e perturbação da ordem pública. Por meio da geolocalização no *smartphone* é possível encontrar os mapas que colocam os Pokémons no mundo real. Frequentemente, os jogadores se encontram em praças, parques ou museus onde ficam os PokéStops para colecionar itens e Pokébolos que servem para arremessar nas criaturas. Após atingir um nível, o jogo também permite a formação de uma equipe para as missões.

¹⁰¹ Disponível em: https://pokemongolive.com/pt_br/. Acesso em: 11 jan. 2020.