

A GEOGRAFIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS: UMA INTRODUÇÃO SOBRE GAMES E SUA ESPACIALIDADE

Marcos Ornelas de Lima

Introdução

Imagine uma atividade tão gratificante que seus participantes já teriam gasto coletivamente 5,93 milhões de anos fazendo isso e que essa atividade fosse um jogo eletrônico. Parece impossível? Pois bem, não só é verdade como o jogo foi lançado em 2004 e hoje possui um total geral de mais de 50 bilhões de horas coletivas ou 5,93 milhões de anos – World of Warcraft.

McGonigal (2011) ao colocar esse número em perspectiva, observa que 5,93 milhões de anos correspondem, praticamente, ao momento da história em que nossos primeiros ancestrais ficaram de pé. Ou seja, como conclui a autora “por medida, já passamos mais tempo jogando World of Warcraft do que evoluindo como espécie” (p.63).

Claro que a conclusão da autora é um tanto quanto superestimada, mas é inegável o papel que os jogos eletrônicos desempenham nas sociedades modernas. Como veremos, o crescimento do mercado de jogos eletrônicos produziu um novo campo para ciências sociais (FERNANDES, 2009; SANTAELLA, 2009; ZANOLLA, 2010) e em particular para a Geografia.

Nosso objetivo, no presente trabalho é verificar em que medida os jogos eletrônicos representam um fenômeno inteligível a partir da Geografia, podendo ser utilizados como uma ferramenta importante no ensino da disciplina. Nesse sentido, o trabalho versa sobre alguns caminhos para o entendimento dos jogos eletrônicos a luz da Geografia.

Uma proposta para uma leitura geográfica dos jogos eletrônicos

A segunda metade do século XX marcou a Geografia pela incorporação de novas matrizes epistemológicas e metodológicas. Nesse sentido, novos temas foram apropriados como objetos de reflexão; mesmo que em muitos casos sem um devido aprofundamento teórico e conceitual, o grande ganho desse período foi arejar a ciência e colocar a cultura como campo também da Geografia.

Essa virada cultural que não se restringiu a Geografia, sendo observada também em outros campos das ciências sociais, foi ganhando espaço através de duas correntes dentro do pensamento geográfico: a primeira relacionada ao materialismo histórico e dialético, de inspiração Marxista; e a segunda de base epistemológica da fenomenologia e da hermenêutica.

No mesmo período, os games ganharam cada vez mais espaço no cotidiano; o surgimento de revistas especializadas, livros, programas de TV, a criação de um mercado de desenvolvimento de jogos com a popularização de outros meios, reforçam a sensação de onipresença dos jogos. Podemos dizer que do Pac Man até Angry Birds mais de uma geração foi formada com um joystick nas mãos.

Fruto dessas transformações nas ciências sociais que passam a dar espaço para a cultura e da popularização dos games, os chamados *game studies* passam a tentar entender os impactos crescentes dessa indústria cultural. Ao discutir as diversas contribuições que foram sendo agregadas no entendimento dos jogos eletrônicos, de diferentes ramos da ciência, o pesquisador português Luis Filipe B. Teixeira (2007) propõe que a análise dos games seja feita a partir de diversas perspectivas. Nos termos do autor, devem ser consideradas as dimensões

Filosófica (Fenomenologia, Hermenêutica, Estética, etc.); a Histórica (história dos jogos, história das tecnologias lúdicas, história das narrativas, etc.); a Cultural (cultura de massas, cibercultura e cultura digital, cultural Studies, estudos de gênero, etc.); a das Ciências da Comunicação (teoria da comunicação, Estudos Comparativos dos Média, Genealogia dos Média, Cibertextualidade, Semiótica, etc.); a Sociológica (Estudo social dos jogos, Media Studies, etc.); e a Psicológica (estudos comportamentais, cognitivos, arquetipais, etc.) (p.5).

Chama-nos atenção o fato do autor não reconhecer a dimensão espacial como importante abordagem na compreensão dos games. Assim como existe um silêncio em relação a contribuição que a Geografia teria para os *game studies*, a Geografia também fechou os olhos para o jogos como importante objeto de pesquisa.

Em particular na Geografia brasileira, não temos trabalhos de maior fôlego sobre o tema, com exceções dos trabalhos de Alvarenga (2007) e Drummond (2014) que ao pautar suas análises em jogos específicos – GTA e Sim City – trazem importantes contribuições para se pensar a Geografia dos games.

Um dos grandes avanços na indústria dos jogos eletrônicos foi a possibilidade de criar os chamados jogos de *mundo aberto*, ou *sandbox*, onde o jogador pode circular livremente pelo cenário tendo liberdade para escolher as missões que irá realizar. Sem a pretensão de ser um jogo de mundo fechado, como os clássicos jogos da primeira geração, onde o jogador era obrigado a seguir aquele caminho, nossa proposta é de estabelecer alguns caminhos para analisar os jogos eletrônicos enquanto fenômeno inteligível a partir da Geografia, podendo existir tantas outras possibilidades quanto o olhar geográfico de cada um e sua sensibilidade para perceber. Nesse sentido, nossa proposta de pensar a espacialidade dos games

caminha em quatro direções: 1) análise da evolução dos jogos eletrônicos e sua correlação com os contextos históricos e geográficos em que foram criados; 2) entendimento dos jogos como uma nova linguagem de representação do espaço, no sentido de uma nova cartografia; 3) Impactos sócio-espaciais de um processo de *gamificação* e 4) a rede geográfica que se estabelece a partir da criação e comercialização dos jogos eletrônicos.

2.1 - A dialética da relação entre os jogos e contextos temporais e espaciais

O surgimento da indústria de jogos eletrônicos remonta aos anos de 1940 e 1950 e cresceu inicialmente em duas vertentes. Uma delas foi a difusão das máquinas de Arcade, dispositivos que utilizavam moedas para funcionar. Como ressalta Gularte (2010), esses aparelhos se espalharam por diversos países, ocupando espaço em bares, circos, parques de diversão e lojas. São marcas desse período o famoso aparelho de Jukeboxes que tocava músicas da época e as máquinas de pinballs, chamadas no Brasil de pinbolins.

A outra grande vertente nesse processo foi o avanço da eletrônica, com a criação dos *transitores*, os quais foram responsáveis pela redução do tamanho dos computadores bem como do preço entre 1937 e 1945. Esse avanço possibilitou que muitas empresas pudessem adquirir diversas unidades. E como ressalta o autor citado, “foi dentro dos laboratórios de pesquisa dessas instituições, sendo a maioria delas acadêmicas, que estudantes desenvolveram os primeiros jogos eletrônicos” (p.40). Curioso como os jogos surgem na Academia e passados mais de 70 anos, parte dela, em especial a Geografia, ainda o ignora como dado relevante para se entender diversas dinâmicas sociais do mundo contemporâneo.

Embora o trabalho de Gularte (2010) nos ajude a traçar uma linha de evolução técnica dos jogos eletrônicos, marcadas por descontinuidades, ela não nos ajuda a entender as diversas conjunturas que marcaram cada período para além dos games.

O autor centra sua análise em uma cronologia do avanço da técnica sem dar a devida atenção à dialética da relação entre os jogos e contextos temporais e espaciais em que esses avanços se desenvolveram. Em particular para a Geografia existe um grande campo de trabalho dentro dessa perspectiva de análise; no sentido de buscar uma empiricização do tempo a partir da técnica, no enfrentamento da escorregadia relação entre o tempo e o espaço, conforme proposta por Milton Santos. Nesse sentido, se colocam diversas questões: qual a relação entre o desenvolvimento da indústria dos jogos eletrônicos e o setor bélico-militar em diferentes momentos

históricos? De que forma os jogos carregam um viés ideológico ao criar heróis e vilões que reproduzem disputas geopolíticas do mundo contemporâneo?

Dentre os diversos jogos que trabalham dentro dessa perspectiva, dois exemplos reforçam a importância desse campo de análise. O jogo Black Ops, da série Call of Duty, lançado em 2010 ultrapassou a marca de 23 milhões de cópias vendidas. Tendo como cenário a Guerra Fria, o jogador na fase inicial tem como missão assassinar o líder cubano Fidel Castro.

Street Fighter II é outro jogo já considerado clássico no mundo dos games tendo gerado diversas releituras a partir do game original de 1991, e bastante ilustrativo da utilização ideológica dos games. Em um período, onde a nova ordem mundial se sobrepunha ao mundo bipolar, os personagens soviéticos e americanos, assim como os aliados dos EUA durante a Guerra Fria, são representados de forma a reforçar os estereótipos maniqueístas de vilão e herói que caracterizaram a indústria cinematográfica do período. O lutador Zangief é um brutamente soviético que recebe seus oponentes no pátio de uma indústria de base, com o chão marcado pelo símbolo da foice e do martelo. O personagem é uma metáfora da antiga URSS do ponto de vista dos EUA e seus aliados na Guerra Fria. Em contrapartida, o personagem estadunidense tem como cenário uma base aérea com música, garotas e cerveja (ver figura 1).



Figura 1 - Street Fighter II (1991)

2.2 - Os jogos como linguagem de representação do espaço

Os jogos eletrônicos em certo sentido caminham por uma trilha já percorrida pelo cinema. Ambos apresentam escalas temporais muito próximas em relação a sua incorporação por parte de diversas outras atividades. De início, ambos apareceram como engenhocas tecnológicas, ou como aponta o pai do cinema Antoine Lumière, “curiosidades sem futuro”. Entretanto, seus avanços técnicos possibilitaram a difusão de uma nova visão de mundo, logo a produção de uma nova Geografia.

As considerações feitas por Aitken (2009) sobre cinema e representação nos parece bastante elucidativa no quadro delineado pelos jogos eletrônicos nos dias de hoje. Para esse autor

A maneira como são utilizados os espaços e como são retratados os lugares no cinema reflete normas culturais, costumes morais, estruturas sociais e ideologias preponderantes. Concomitantemente, o impacto de um filme sobre um público pode moldar experiências sociais, culturais e ambientais. (p.19)

Como vimos no item anterior, os jogos refletem em muitos casos costumes morais, estruturas sociais e suas ideologias. A representação do espaço através dos jogos eletrônicos não pode ser vista como simples metáfora, ou mesmo como apolítica e não dotada de contornos da estrutura social em que foi produzida. Nesse sentido, a expressão utilizada por Jenkins (2006, p. 68) é muito feliz ao chamar os game designers de arquitetos narrativos.

O avanço técnico, com a possibilidade gráfica de reproduzir espaços de maneira bastante fidedigna em relação ao substrato material só ajudou no entendimento dos jogos como uma nova cartografia. Mas antes mesmo, durante os longos anos de produção em plano unidimensional e escassos recursos técnicos, a representação do espaço nos jogos já carregava em si uma intencionalidade por parte do “cartógrafo”, ou melhor, do arquiteto narrativo. Embora não seja geógrafo de formação, ou mesmo tenha intenção deliberada de traçar uma análise espacial dos jogos criados pela produtora japonesa Nintendo, Ryan (2006) nos traz com enorme clareza essa relação entre jogos, representação do espaço e intencionalidade. Analisando o jogo Super Mario Bros, esse autor menciona que

Uma das maiores mudanças estava no cenário: todas as versões anteriores dos jogos do Mario tinham um pano de fundo preto, o melhor para deixar as cores mais vibrantes. A maioria dos jogos seguia essa regra, mas Super Mario Bros se dava num dia lindo de sol, sob um céu azul como o horizonte de Montana. Algumas nuvens espalhadas e montanhas distantes (as nuvens e arbustos eram, na verdade, a mesma imagem fofa pintada de branco ou verde) foram criadas para dar uma sensação de abrangência, de que esta terra bidimensional realmente existia. Numa só palavra, era um cenário feliz. (p.105)

A passagem acima é rica de elementos para caracterizar essa “cartografia” criada pelos games. Primeiro temos a associação por parte do autor entre a representação do cenário e sua cidade natal, onde o céu azul de Super Mario é percebido como o céu de Montana. Em seguida, temos a construção do cenário com diversos elementos criados pelos arquitetos narrativos para construir a ideia de

felicidade através do espaço representado. Cabe aqui um breve parêntese. Poucos jogos conseguiram passar por diversas gerações de jogadores com tanta assimilação quanto Super Mario e acreditamos que parte desse sucesso se deu em função dos seus criadores terem pensado em um espaço onde a sensação de felicidade desse os contornos para o cenário, criando assim o sentido de lugar (um conceito tão caro a Geografia) para seus jogadores¹.

Para finalizar esse item, vejamos outro exemplo que nos parece bastante significativo da relação entre representação do espaço através dos jogos e intencionalidade.

Um dos jogos mais populares dentre os jogos de esporte, a franquia Fifa se notabilizou nos últimos anos não só pela riqueza gráfica na representação de jogadores e estádios, mas também pela jogabilidade que remete o jogador a diversas situações do esporte. Em sua versão Fifa 13, seus arquitetos narrativos se preocuparam em colocar como cenário o país ícone do esporte, o único pentacampeão de futebol – o Brasil. Para representar um espaço que fosse inteligível para diversos jogadores ao redor do mundo, foram elencados alguns marcos na paisagem do país que extrapolam as fronteiras nacionais e nesse sentido, as favelas ganhavam lugar de destaque na representação (ver figura 2). Já em sua versão Fifa World Cup 2014, existiam outros interesses na representação do espaço construída no jogo. Embora o cenário continuasse sendo o Brasil, as favelas não tinham o mesmo apelo que na versão Fifa 13. Nesse sentido, as favelas não representavam marcas na paisagem condizentes com um evento do tamanho de uma copa do mundo de futebol, pelo menos não para seus idealizadores.

A Copa do Mundo no Brasil representou a remoção de 4.772 famílias, somente na cidade do Rio de Janeiro; a remoção não foi apenas material, foi também simbólica, e o espaço representado nos games é bastante ilustrativo nesse sentido.



Figura 2 – Fifa 13 e Fifa World Cup 2014

¹ Fato recente ilustra essa ampla assimilação do jogo por parte de seus jogadores. Após 18 anos do lançamento do game em 1996, um jogador conseguiu pegar uma moeda que até então era segredo para os demais fãs da série. Ver <http://info.abril.com.br/games/noticias/2014/08/dezoito-anos-depois-jogador-consegue-moeda-impossivel-em-super-mario-64.shtml>

2.3 - Impactos sócio-espaciais de um processo de *gamificação*

Imagine sair para correr pela manhã, fazendo uma atividade física com grandes benefícios em relação a sua saúde, ouvindo o som da rua, sentindo os odores que a cidade pode lhe oferecer. Então, se animou? Muitos não. Diante dessa situação, a Nike, em parceria com a Apple, criou o Nike Plus, que é um aparelho que conta os passos que um usuário dá ao andar ou correr. Além de contar os passos do corredor, o programa registra recordes, compara desempenhos em uma rede social com outros usuários, e, mediante “quebra de recordes” e cumprimento de tarefas, premia os usuários com medalhas/troféus virtuais, etc. A Nike gamificou a atividade de correr e praticar um esporte.

O termo *gamification* é empregado pela socióloga Jane McGonigal (2011) que prega uma ludificação do cotidiano, a qual poderia reinventar tudo, desde o Estado, a saúde e a educação até as mídias, o marketing e o empresariado.

Outros dois exemplos emblemáticos desse *gamification* do mundo: o novo modelo de carro elétrico da Nissan propõe ao motorista ganhar pontos ao não pisar inutilmente no acelerador – sua pontuação aparece no painel ao lado das dos outros condutores da região; ou ainda, as indústrias de telemarketing onde o funcionário chega pela manhã e conecta o seu avatar, seleciona as missões do dia e a cada tarefa realizada acumula pontos.

Como podemos perceber existe um processo de *gamificação* do cotidiano e das diversas atividades que o compõe, do lazer ao labor. Na Geografia, essa *gamificação* merece um olhar mais atencioso pela sua capacidade de criar novas identidades, sentimentos de lugar ou mesmo criação de novas territorialidades calcadas nesse processo.

O trabalho de Drummond (2014) percorre essa possibilidade. O autor ao explorar o jogo SimCity 4 conclui que

Enquanto um simulador, o jogo atribui uma causalidade para cada movimento/ação realizada, logo, a quantidade de regras diretas aumenta significativamente e o jogador precisa obrigatoriamente conhecê-las, do contrário, nem mesmo consegue começar a jogar. Nesse sentido, sua territorialidade virtual ganha importância, pois o jogador está mais cerceado pelas regras desse espaço virtual. (p.112)

O autor revela uma sensibilidade que levou outros campos a reconhecer a transformação na leitura de mundo a partir do processo de *gamificação*. Não é raro ver entre jornalistas esportivos a caracterização de uma “geração Playstation”² como um

² Ver o <https://twitter.com/MauroCesarESPN/status/461976452054122496> e <http://blogdoneto.blogosfera.uol.com.br/2014/01/13/agradando-da-turma-do-capotao-a-geracao-playstation/>

grupo social cujo significado atribuído aos esportes tradicionais tem nos jogos eletrônicos um importante mediador. Assim como os jogos buscam representar, em alguns casos, dinâmicas sociais concretas, essas mesmas dinâmicas são influenciadas por esses jogos.

Essa dialética entre espaço e representação é um campo ainda pouco explorado pela Geografia. Nela reside a possibilidade de verificar em que medida o processo de *gamificação* altera nossa percepção e produção do espaço.

2.4 – As redes de produção e comercialização dos jogos eletrônicos.

Como vimos, os jogos em seus conteúdos produzem uma Geografia repleta de significados. Porém, a geograficidade dos jogos eletrônicos está relacionada não apenas aos seus conteúdos, mas também a sua cadeia de produção.

Jonhs (2005) ao analisar a indústria do videogame, faz uma divisão em duas partes que apesar de serem complementares possuem estruturas organizacionais e locais distintas - hardware (consoles, computadores e outros) e software (jogos). Embora ambas possam ser objeto de pesquisa da Geografia, traçaremos aqui breves considerações acerca da cadeia produtiva de software, que representam a produção do jogo em si.

O autor citado divide em sete estágios chaves de produção conforme ilustrado na figura abaixo.

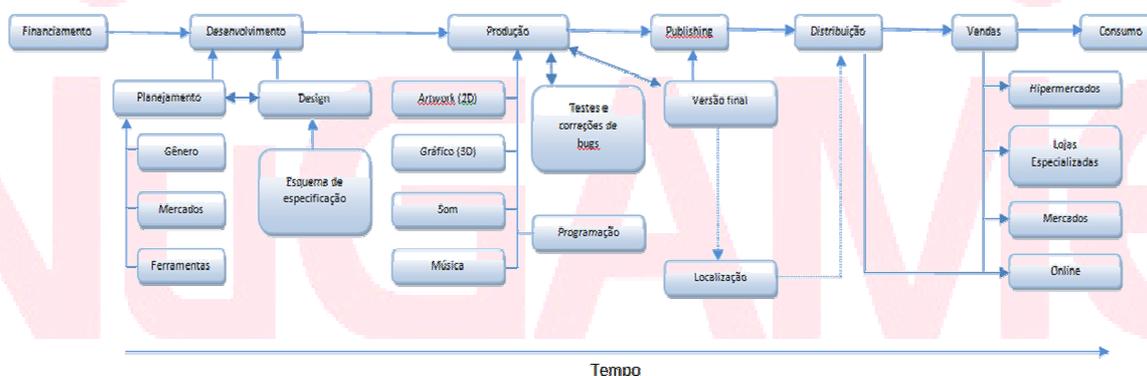


Figura 3 – Cadeia de produção de jogos de videogame. Fonte: Jonhs (2005)

Dentro do nosso objetivo, duas considerações podem ser estabelecidas a partir do quadro acima. A primeira é a de que a cadeia produtiva dos games não pode ser vista de maneira isolada, estando intimamente conectada a outros setores, como a indústria da música (trilhas sonoras para os jogos), a indústria do cinema

(desenvolvimento de conceitos e roteiros, efeitos visuais e vozes) e o setor de propaganda e marketing que amparam tanto a produção de software quanto hardware.

A segunda consideração está relacionada ao sexto campo na elaboração de Johns (2005) – a venda. Tendo como recorte o desenvolvimento da cadeia produtiva na Inglaterra, o autor não considera em sua análise o “circuito inferior da economia”, tão marcante em países como o Brasil.

Santos (1979) logrou superar as interpretações dualistas acerca dos setores mais modernos e tradicionais da economia. Em sua teoria dos “dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos”, por meio de uma visão dialética da bipolarização entre os circuitos superior e inferior, o autor explicita que apesar de distintos e em alguns momentos conflituosos, são sem embargo circuitos interdependentes. Ao passo que enquanto os setores mais modernos, representado no objeto do trabalho aqui exposto pelas multinacionais e conglomerados responsáveis pela produção dos jogos eletrônicos, representam o circuito superior; o circuito inferior estaria relacionado ao sub-emprego; ao pequeno comércio de uma multiplicidade de serviços de toda a espécie, cujas “unidades de produção e de comércio, de dimensões reduzidas, trabalham com pequenas quantidades” (p.155) com a utilização de trabalho em casa e vendedores de rua.

Como então, a Geografia pode ajudar a entender a relação entre os diversos vendedores ambulantes de jogos eletrônicos que podem ser observados nas diversas metrópoles do país e representam uma parcela do circuito inferior da economia, e as empresas responsáveis pela produção dos jogos representando o circuito superior? Responder essa pergunta não é uma tarefa tão trivial e pode ser mais uma das possibilidades para entender os jogos eletrônicos a partir de sua Geografia. Outras questões relacionadas a essa também são igualmente relevantes: qual a distribuição espacial da cadeia produtiva dos jogos? Em que medida o crescimento do mercado brasileiro representou uma mudança nos fluxos dessa rede de produção e comércio?

Continue ou game over?

A proposta do trabalho em tela era de iniciar uma reflexão e traçar algumas possibilidades para entender os jogos eletrônicos a partir de sua espacialidade. Em particular, o debate sobre videogame e ensino nos é bastante caro, pois como ressalta Zanolla (2010) se os educadores se alienarem do debate, ele será feito por pesquisadores de outras áreas. Ressalva semelhante fazemos em relação à Geografia, se ela não der sua contribuição sobre a importância do espaço no entendimento dos games, outros farão.

O início de cada nova luta em Street Fighter (1991) era antecedido pelos dizeres “Here comes a new challenger”. A relação entre a Geografia e os games possuem muitos desafios pelo caminho. De um lado ainda temos “vilões” para enfrentar com leituras enviesadas e preguiçosas dos games, relacionando os jogos com práticas que não cabem no ambiente escolar; e do outro, “heróis” pesquisadores e professores que já perceberam o ganho de entender que por trás de uma tela de TV, PC e celular, os games escondem uma rica Geografia.

Referências Bibliográficas

AITKEN, S. Re-apresentando o lugar Pastiche. In: CORRÊA, R.L. e ROSENDAHL, Z. (orgs) Cinema, música e espaço. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2009.

ALVARENGA, A. Grand theft auto: representação, espacialidade e discurso espacial em um videogame. Dissertação de Mestrado -Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós Graduação em Geografia, Rio de Janeiro, 2007.

DRUMMOND, W. Representação espacial nos videogames: explorando o caso Simcity 4. Dissertação de Mestrado -Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós Graduação em Geografia, Rio de Janeiro, 2014.

FERNANDES, Anita Maria da Rocha [et al.] (Orgs.). Jogos eletrônicos: mapeando novas perspectivas. Florianópolis: Visual Books, 2009. p.17-35.

GULARTE, Daniel. Jogos Eletronicos: 50 anos de Interacao e Diversao. Ed. Novas Idéias. Rio de Janeiro, 2010.

JENKINS, H. Game Design as Narrative Architecture. In: SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. (Org.) The game design reader. Massachusetts: MIT, 2006. p. 670-689.

JONHS, Jennifer. Video games peoduction networks: value capture, power relations and embeddedness. Journal of Economic Geography. N. 6. p. 151-180. Junho, 2005.

MCGONIGAL, Jane. Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World, Penguin Books, Nova York, 2011.

RYAN, J. Nos bastidores da Nintendo. Ed. Saraiva. São Paulo, 2006.

SANTAELLA, Lucia; FEITOZA, Mirna. Mapa do Jogo: a diversidade cultural dos games. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

SANTOS, M. A Natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

_____.O Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos; tradução de Myrna T. Rego Viana. Rio de Janeiro: F. Alves, 1979.

TEIXEIRA, Luis Filipe B. Criticismo ludológico e Novos Média: introdução. Anais do VI Simpósio Brasileiro de Jogos para Computador e Entretenimento Digital - SBGames. São Leopoldo: Unisinos, 2007.

TRICLOT, Mathieu. Super Mario chega ao museu. Le mode diplomatique Brasil. Ano 7. N.78 2014.

ZANOLLA, Silvia Rosa Silva. Videogame: educação e cultura. São Paulo: Editora Alínea, 2010.

NUGAME

Núcleo de Games, Atividades e
Metodologia de Ensino