

# RECRIAR E DIFUNDIR: PRÁTICAS DE CIRCULAÇÃO A PARTIR DO JOGO ARMA 3

RECREATE AND DISTRIBUTE: CIRCULATION PRACTICES FROM ARMA 3 GAME

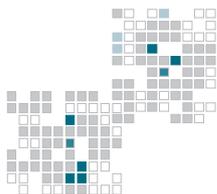
*RECREAR Y DIFUNDIR: PRÁCTICAS DE CIRCULACIÓN DEL JUEGO ARMA 3*

Edu Jacques

■ Pós-doutorando em Design na Unisinos. Doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos.

■ E-mail: [edu.jacques@gmail.com](mailto:edu.jacques@gmail.com).

82



## RESUMO

O convite feito a consumidores de objetos midiáticos a uma produção derivada conduz a uma reinterpretação do processo de circulação. Antes justaposto entre os momentos de produção e recepção, o operador reveste-se atualmente de importância analítica. Diante desse desafio recorreremos a relatos de pesquisa empírica a respeito da produção que jogadores elaboram sobre um jogo de ação, Arma 3. Nesse quadro de referência, com a aceleração das trocas simbólicas num processo que convencionou-se chamar de mediatização, investimos numa análise das práticas de recepção criativa ou cocriação. O foco dado no texto remete às dinâmicas de aprendizado e sobre o redirecionamento narrativo.

**PALAVRAS-CHAVE:** RECEPÇÃO; MEDIATIZAÇÃO; JOGOS DIGITAIS; CIRCULAÇÃO

## ABSTRACT

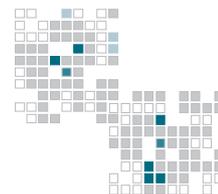
The invitation to consumers of media objects to a derivative production leads to a reinterpretation of the circulation process in communication studies agenda. Previously, the process was juxtaposed between production and reception stages, however current transformations argue for its analytical importance. In this context, with the acceleration of symbolic exchanges in a process that has been called mediatization, we proceed in an analysis of the practices of creative reception or co-creation. The focus given in the paper refers to learning dynamics and narrative redirection.

**KEYWORDS:** AUDIENCE; MEDIATIZATION; GAME STUDIES; CIRCULATION

## RESUMEN

La invitación a los consumidores de los objetos mediáticos a una producción derivada conduce a una reinterpretación del proceso de circulación en la agenda de los estudios de comunicación. Previamente, el proceso se yuxtapuso entre etapas de producción y recepción, sin embargo, las transformaciones actuales argumentan por su importancia analítica. En este contexto, con la aceleración de los intercambios simbólicos en un proceso que ha sido llamado mediatización, procedemos en un análisis de las prácticas de recepción creativa o co-creación. El enfoque dado en el documento se refiere a la dinámica de aprendizaje y a lo redireccionamiento narrativo.

**PALABRAS CLAVE:** RECEPCIÓN; MEDIATIZACIÓN; JUEGOS DIGITALES; CIRCULACIÓN



## 1. Introdução

As mutações contemporâneas da comunicação têm alimentado debates sobre um quadro de referência em que ela não se apresenta apenas como uma função necessária à manutenção da democracia e das relações sociais. A discussão sobre a midiatização põe em pauta a relevância de uma “cultura midiática” em ascensão com a disseminação das redes técnicas. Está ligada a essa nova interpretação uma revisão do modelo analítico da comunicação baseado em produção-recepção, no qual o aspecto da circulação ocorria somente enquanto ligação. A circulação é ressaltada como aspecto do “levar adiante” as formações simbólicas.

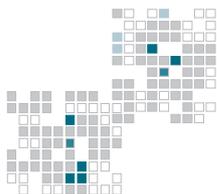
Como análise empírica, a proposta contida aqui investe numa modalidade de construção de sentido que se desenrola nas últimas décadas: os jogos digitais que, conforme seus agenciamentos idiossincráticos, associam a característica digital ao aspecto narrativo. Diante desses objetos, jogadores são convidados a atuar em práticas de recepção criativa, promovendo sentidos além do curto alcance da vida cotidiana, desde que recomponham nos circuitos midiáticos as formações a que dão origem. Trata-se de uma comunidade com alto grau de especialização, o que circunscreve seu âmbito, mas demonstra o potencial de cocriação entre público e produtores midiáticos.

## 2. Um traçado epistemológico da midiatização

Do movimento concatenado entre oferta e usos assumidos a partir de novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), sobretudo a partir das últimas duas décadas, são desenvolvidos igualmente novos quadros interpretativos no âmbito de pesquisa. Uma linhagem sustentada a partir da percepção de relações sociais permeadas pelo agenciamento de uma “cultura midiática” toma forma sob o termo *midiatização*. O debate

alimentado pelo conceito possui diferentes abordagens, sendo as mais destacadas aquelas mantidas na América Latina e no norte da Europa. No primeiro grupo, um dos pioneiros no entendimento da midiatização foi Eliseo Verón (1935-2014). Interessado na construção de sentido nos processos de semiose da sociedade, o pesquisador legou-nos diferentes textos sobre a midiatização, dos quais uma parcela permanece de alcance restrito em acervos locais, especialmente em seu país de origem, a Argentina. No entanto, seu artigo “Esquema para el análisis de la mediatización” (1997) tornou-se uma das principais referências para estudos afins. Programas de investigação a partir desse marco seguiram-se no Brasil e na Argentina, cabendo ao primeiro a realização de duas edições do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. Já no norte da Europa, em países como Alemanha, Inglaterra e Suécia, o emprego da expressão obteve popularidade a partir dos anos 2000, apesar de manifestações anteriores serem percebidas desde a primeira metade do século XX (Averbeck-Lietz, 2014). O desenvolvimento do termo entre pesquisadores da região seguiu um percurso interessado inicialmente nas transformações da esfera pública, quando esta passa a ser afetada pela oferta e consumo dos meios de comunicação. Uma coletânea das contribuições desses pesquisadores foi organizada por Lundby (2014). Na introdução da obra, o próprio Lundby propõe uma interpretação dos diferentes enfoques da pesquisa sobre a midiatização, sendo entendidas como sócio-construtivista, materialista e institucionalista.

A perspectiva que adotamos parte do reconhecimento de transformações nos processos comunicacionais, que, ao atingirem uma nova dimensão qualitativa, sugerem o aperfeiçoamento dos modelos epistemológicos adotados com referência a uma situação “anterior”. Sustentamos a emergência de uma abordagem de recepção ciente das formas de manifestação que



a comunicação contemporânea atinge. O trabalho legado pelos estudos culturais e de recepção na América Latina é constitutivo desse esforço, na medida em que consolidaram metodologias e percursos interpretativos como superação dos programas de investigação funcionalista – cuja marca era a dicotomia entre resistência ou alinhamento ideológico dos públicos (Lopes, 1993). Em âmbito anglófono, Couldry & Hepp (2013) discutem a prevalência do triângulo de pesquisa composto por análise textual, economia política da produção e estudos de audiência ou recepção. Entretanto, os autores reconhecem a importância de duas contribuições para o avanço da discussão epistemológica. Tanto a trajetória de Roger Silverstone, especialmente a partir de “Why study the Media” (1999), quanto a tradução de “Dos meios às mediações”, de Martín-Barbero, para o inglês (1993) são reconhecidas como importantes para a construção da midiatização enquanto conceito, emergente com as crescentes relações de internacionalização no campo.

De fato, o próprio Martín-Barbero (2008) deixa entrever os sinais dessa midiatização ao constatar que os desafios postos na atualidade não o levavam a pensar “das mediações aos meios”, mas da cultura à comunicação. Essa reconsideração reforça o interesse na comunicação como produtora de uma inteligibilidade particular. Não obstante, Martín-Barbero ainda contesta uma identidade da comunicação nos meios e passa a considerar como cerne as interações guiadas por uma hibridização das linguagens e dos meios. O enfoque na interação é compartilhado por Braga (2006), para quem tais interações mantidas a partir das TICs tendem a se tornar uma forma de “organizar a sociedade” a partir de lógicas próprias. A transição rumo a esse modelo dialógico encontraria lacunas ou incompletudes, assim como outros modelos interacionais enfrentaram. Num alto de abstração, Braga busca comparar a crescente midiatização à importância que a escrita e a oralidade alcançaram

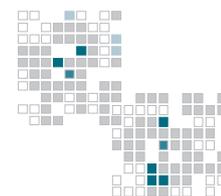
nas sociedades precedentes, sem que, todavia, diferentes referências interacionais deixem de existir enquanto lógicas próprias e simultâneas.

### 3. O público faz circular

A reconfiguração do quadro comunicacional conduz a uma tematização distinta nas pesquisas sobre as TICs. A profusão dos discursos mantidos anteriormente dentro do escopo da “recepção”, pressiona a uma reavaliação dos esquemas descritivos da comunicação. Embora preexistisse em outros modelos analíticos, como o de Shannon (1948), essas visadas oriundas de abordagens cibernéticas não lograram tratar o processo da circulação segundo sua característica condicionadora das trocas comunicacionais. Antes relegada a leituras sobre “ruído” ou admitida gratuitamente, a circulação desponta de uma zona de passagem para instrumento analítico.

*A construção das relações entre produção e recepção repousava em torno da ocorrência de um ato cujas complexidade e indeterminação estavam colocadas fora de cena. Considerava-se a ênfase ao aspecto consciencial dada por este processo, pondo também fora da cena o âmbito da circulação. A existência de uma “zona” no fluxo produção/recepção era naturalizada como uma “passagem” automática neste circuito – uma espécie de intervalo – sobre o qual diferentes tradições de pesquisa desconheciam a sua existência. (Fausto Neto, 2010, p. 56)*

Apesar de não nos filiarmos diretamente às tradições de interpretação discursiva, é possível abstrair uma proposta metodológica subjacente ao reconhecimento dos fluxos comunicacionais, nos quais os objetos midiáticos e seus usos se inserem. É possível antever a emergência da circulação segundo esse princípio em movimentos anteriores. Mesmo Stuart Hall (2005) [1980]



apontava para a singularidade de aspectos outros que não apenas a produção/recepção, mas a analogia que o autor constrói, da circulação com o pensamento econômico de Marx, ainda não vislumbrava a emergência do processo a uma ordem de importância com a radicalização das trocas discursivas. Pistas coletadas por pesquisadores familiarizados (Escosteguy, 2008) com a perspectiva dos estudos culturais trazem a circulação enquanto preocupação, mas, no limite, não interpretam o processo comunicacional desde a potência de configuração daquela.

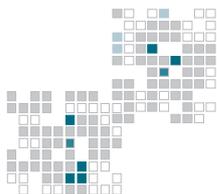
As condições para esse salto epistêmico estão associadas à consolidação das redes sócio-técnicas. As observações de Fausto Neto (2010) ancoram-se na avaliação de que o receptor não apenas se apropria criativamente dos discursos promovidos pelas TICs, mas por executar ele mesmo alguma ordem de produção derivada. Gradualmente se faz notar que o aspecto da criação dos públicos pode ser analisado pelo viés da circulação. Em outro momento, Fausto Neto (2012) trata dessas mutações na ordem da comunicação pelas estratégias adotadas por diferentes atores durante o tratamento de Lula, em 2009. Há pelos menos duas tematizações que resultam da condição ascendente dos receptores diante desse acontecimento. Primeiramente os atores próximos ao ex-presidente brasileiro elaboram suas próprias táticas de noticiabilidade sobre o tratamento, evadindo a prerrogativa do campo jornalístico de construir o relato. Em segundo aspecto, o público interessado no assunto tende a difundir suas leituras nos circuitos estruturados para esse fim (sob a bandeira do diálogo, recurso tornando condição para a competitividade entre as organizações contemporâneas). Além de tal espécie de recepção poder se realizar através de modelos clássicos, como a interação através de cartas de leitores, os agenciamentos sobre o tratamento de Lula já reivindicavam a relevância da *web* para expressão de si e para o “levar adiante” formulações externas às competências das instituições midiáticas.

Portanto, o estatuto da circulação, de elo entre dois polos sobre os quais recaía a pesquisa comunicacional é alçado ao papel de operador analítico diferenciado. A particularidade que permitiu sua “descoberta” foi a ampliação do volume de discursos provenientes dos públicos, que antes não obtinham possibilidade de circular senão em circuitos específicos que o campo da comunicação lhe abria ocasionalmente. Como leitura concomitante a essa referência, o chamado feito é por reconsiderar os diagramas interpretativos da comunicação, nos quais a circulação corresponde, de fato, a dois momentos: à visão consagrada pelas perspectivas anteriores, como ligação entre produção e consumo, mas especialmente enquanto processo em continuidade desse momento singular, isto é, na forma de uma disposição – nem sempre consumada, é verdade – de proferir reinterpretações sobre os objetos midiáticos. Talvez a figura de “fazer circular” seja infeliz, uma vez que seu significado pode remeter a andar em círculos, consistindo num desenho que alimentaria inveja aos adeptos das teorias matemáticas da informação, como aquela do supracitado Shannon. Contudo, seu uso consagrado justifica-se até esse momento.

Apesar de reconhecermos a relevância dos processos de significação através da escrita, este documento opta por analisar uma manifestação particular das práticas dos públicos sobre os objetos midiáticos. Expressão típica da digitalização, os jogos representam hoje segmento econômico e cultural (Zimmerman, 2015; Mäyrä, 2016) de grande importância, de modo que das discussões sobre metodologias para lidar com essa referência originou-se um campo de pesquisa chamado de *Game Studies*.

#### **4. Cocriação ou recepção criativa na indústria de jogos digitais**

Abordagens sobre a criatividade dos públicos sob pontos de vista próximos ao comunicacional



possuem episódios anteriores ao marco das redes sócio-técnicas construídas nas últimas décadas. Uma referência compartilhada entre esses estudos remete à produção de Michel de Certeau (1998), na conhecida obra sobre as “artes de fazer”, editada originalmente em 1980. As práticas cotidianas incentivam a construção de repertório dos públicos a respeito do que fazer com os bens adquiridos. Os usos dão-se assim a partir da tentativa de circunscrição do seu emprego e dos reordenamentos criativos. Pelo viés dos aparatos técnicos, Perriault (1981, 1991) confronta o princípio de utilização dado pelos seus criadores e pelas estratégias de marketing a um processo de resistência e utilização (diversa) na adoção pelos públicos. Deslocando-nos a uma proposta mais próxima do que pretendemos analisar, Jenkins (1992) investe nas relações de reformulação simbólica derivadas de narrativas midiáticas. O autor investe nas construções de grupos de fãs no marco dos meios de comunicação massivos, dentre as quais se destacam práticas de reformulação a partir de textos e ilustrações derivadas (em termos de *fanfictions* e *fanzines*).

Na atualidade, a estrutura da codificação digital e a correspondente natureza programável de objetos como jogos criam condições para sua modificação, mas tipos diferentes de conhecimento são requisitados nessas atividades. Quanto a isso podemos diferir entre dois movimentos, conforme o reconhecimento que os respectivos agentes industriais adotam em suas estratégias de mercado. Primeiramente são identificáveis as ações que inscrevem uma modificação não desejada sobre os jogos, em práticas desviantes. Os *cracks* têm intuito diverso, podem envolver traduções não autorizadas (Consalvo, 2013), localização dos jogos para contextos específicos (Oliveira et al, 2014) ou mesmo se inserir em regimes competitivos entre modificadores (Jørgensen; Sandqvist; Sotamaa, 2017).

De outro modo, a expressão através da modificação de jogos pode corresponder a algo dese-

jável e incentivado pelos seus desenvolvedores e detentores de direitos autorais. Assim, há concursos para avaliar as melhores modificações e uma concepção difundida na indústria de jogos de que o conteúdo produzido pelos jogadores pode estender a vida útil de suas “mercadorias” (Jacques, 2018). Essa abordagem, no seu viés de mercado, assinala afinidade com a orientação crescente na indústria rumo a uma noção de jogos enquanto serviço, isto é, uma oferta continuada de suporte (e ganhos) através dos títulos lançados. Essa mutação na oferta de produtos ocorre como resultado dos custos cada vez mais altos para produção de jogos mais rebuscados e da facilidade de transmissão dos dados que constituem seus objetos imateriais – expediente este fundamental no emprego em serviços de assinatura, tal qual *Netflix* ou *Spotify*, ou nos pacotes de conteúdo adicional pagos, chamados de *DLC*<sup>1</sup>.

Do estabelecimento dessas práticas de cocriação instauram-se dinâmicas particulares aos modos de operação das redes sócio-técnicas. Há uma sinalização de mudança da experiência exclusiva sobre os jogos para uma fruição compartilhada, ligada às lógicas de circulação. É dizer, ainda que os jogos digitais desde o início suportem múltiplos jogadores (Kent, 2001) como princípio de sua interação lúdica, hoje o jogar abarca uma inclinação às lógicas da midiaticização, estendendo a experiência a um convite a jogar em rede. A manifestação dos públicos nos circuitos de expressão é uma face da referência interpretativa oferecida por Braga e por Fausto Neto. Ao ato de jogar em si, a materialização dos discursos sobre os jogos assume importância conforme comunidades de sentido (jogadores e entusiastas) vão se estruturando.

Embora a manifestação do ato de modificar a estrutura de um jogo digital não seja nova – em verdade está presente desde os primórdios da história dos jogos (Levy, 2010) –, ela adquire re-

<sup>1</sup> Do inglês, *Downloadable Content*, conteúdo transferível pela internet.

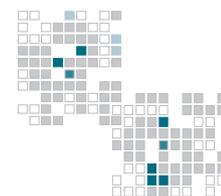


Figura 1 – Captura de tela do Arma 3



Fonte: captura realizada pelo autor.

novada expressão com a disseminação de ferramentas de edição e circuitos de ensino, sobretudo com o incentivo realizado por sua indústria (Sotamaa, 2005, 2010). O caso que indicamos para análise parte de uma franquia de jogos de ação existente desde o início dos anos 2000 e célebre por possibilitar diferentes graus de modificação a partir de seus títulos. A série “Arma” é direcionada a um público interessado em simulações militares, com foco no realismo e em estratégias de confronto. Ela foi desenvolvida por um estúdio tcheco, Bohemia Interactive, cuja empresa irmã, focada em ensino, produz *softwares* de treinamento militar, usado em países como o Brasil e os Estados Unidos. O último título da franquia é “Arma 3” (Figura 1), lançado em 2012.

Aqui entendida a circulação como essa dinâmica de “levar adiante” na ordem dos fluxos comunicacionais, sua consequência nas práticas observadas não se resume à especificidade do objeto derivado a que dá origem, mas resulta igualmente sublinhada nos modos de fazer, para recuperar a sugestão de Certeau (1998).

## 5. Horizontes interpretativos

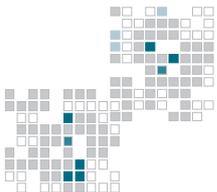
Na esteira do processo de midiatização, que

serve de referência à ascensão dos receptores ao papel de cocriação, indicamos dois pontos de análise sobre o consumo continuado do jogo. Destacamos as frentes de aprendizado e os redirecionamentos narrativos decorrentes dessa espécie de recepção criativa. São dois dos enfoques possíveis explorados em pesquisa anterior. Para avaliar esses problemas

realizamos o acompanhamento da comunidade que suporta tais interações e organizamos entrevistas com atores selecionados. A ênfase na observação dos circuitos *online* faz parte de uma compreensão sobre a relevância das comunidades (Jenkins, 1992, 2006) nesse tipo de processo comunicacional e sobre os modelos de coleta e tratamento de dados associados (Fragoso; Recuero; Amaral, 2011) a esse acompanhamento.

### 5.1. Frentes de aprendizado

A complexidade das operações exigidas na modificação de um jogo requer saberes de construção de um objeto digital. De modo distinto das operações discursivas que caracterizam a produção de *fanfictions*, por exemplo, o desenvolvimento de um jogo digital torna-se um dos temas suscitados na comunidade vinculada ao Arma 3. Isso envolve tanto mecanismos de instrução ofertados com o suporte da desenvolvedora oficial, como relações nascidas no interior da comunidade com o intuito de colaboração e aprendizado. De fato, alguns dos entrevistados na pesquisa declararam possuir algum grau de instrução em programação ou *design*. Jogos *online*, como o Arma 3, costumam manter fóruns



ou ferramentas específicas para interação entre os jogadores. Em nosso caso de análise são diversos os circuitos elaborados para esse propósito. Uma primeira observação remete à centralidade do diálogo em torno da língua inglesa. Apesar de haver um interesse crescente em traduzir os jogos para o contexto de mercados emergentes, as comunidades usualmente orientam-se a partir de um único idioma, nesse caso a referência angló-fona. Alguns circuitos particulares apresentam conteúdo em outras línguas, em nome de identidades nacionais, mas sua presença é bastante reduzida diante da experiência que contempla os atos de modificação.

A oferta de ensino normalmente ocorre na forma de tutoriais, que podem ser elaborados enquanto vídeo ou texto. Eles servem como referência para modificadores de nível iniciante a médio, mas o domínio das ferramentas e os códigos de funcionamento da simulação apenas florescem com a prática. Durante a entrevista, os pacotes de edição citados pelos modificadores foram os mesmos da esfera profissional de desenvolvimento de jogos, o que é um indicativo do conhecimento empregado nessas atividades que assumem a aparência de *hobby*. Contudo, entre as principais modalidades de aprendizado está a aproximação aos modificadores mais experientes. Especialmente o fórum oficial do jogo Arma 3 é usado para isso, ainda que ferramentas como o *Discord* estejam se tornando preferenciais. Assim, são nas dinâmicas de pergunta/resposta que parte significativa do conhecimento, da *expertise* é ensaiada. Nesse sentido encontram-se relatos como reforço:

*Quando eu comecei não sabia nada sobre modificação e para modificar para o Arma eu tive que conversar com bastante gente para tentar descobrir como funciona tudo (...) tem gente que não responde nada, nenhuma mensagem, e tem gente que está ativo, tá disposto a sociali-*

*zar, a conversar, a participar de grupos. (Entrevistado 1, brasileiro)*

*A Bohemia [Interactive] mantém o fórum do desenvolvedor onde você posta as coisas que tá desenvolvendo. Você posta os problemas que tá tendo, então as pessoas te ajudam (...) é um ambiente que você pode aprender muita coisa, mas tem que entrar no fórum e procurar, porque 90% das questões que podem surgir ali alguém já colocou lá. (Entrevistado 2, brasileiro)*

Com respeito aos relatos obtidos, nota-se a dispersão de circuitos que auxiliam nas modificações, alguns deles criados pelos próprios jogadores em torno da série Arma. Diante disso, certo saber acerca de *como procurar* torna-se competência associada ao ato de aprender. Em uma comunidade com alto grau de especialização como essa, além da língua inglesa, a experiência sobre o modo pelo qual se deve percorrer os circuitos para obter respostas é por ela mesma uma etapa do aprendizado dos modificadores.

## 5.2. Redirecionamentos narrativos e marcas locais

Ademais, situamos aqui a cocriação na sua forma ofertada aos demais jogadores. Através dos projetos levados a cabo por criadores-amadores, individualmente ou em grupo, as modificações se apresentam como conteúdo adicional ao jogo Arma 3, que por sua vez é pago. Nessa cadeia de produção de valor agregado a um objeto pertencente à indústria, alguns entusiastas decidem exercitar suas capacidades. A materialização de preferências de uma diversidade de jogadores, sobretudo homens, ocasionalmente traz à narrativa militarizada do jogo um apelo regional dos países de origem do público. Exemplos assim não são de todo raro, mas situam-se ao largo das contribuições de outros grupos e usualmente permanecem

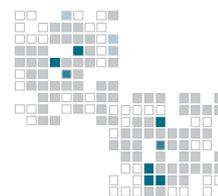


Figura 2 – Modificação MLV Maps - Malvinas



Fonte: Oficina Steam

enquanto criações derivadas inconclusas segundo a própria ideia inicialmente apresentada.

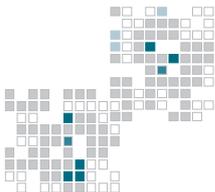
Mas nesse engajamento, que pelo menos inicialmente é destituído de interesse financeiro, algumas criações destacam-se e remetem ao ambiente latino americano. Uma delas é um projeto dividido em dois movimentos: a criação digital de um “mapa” das Ilhas Malvinas (Figura 2) e a modelagem de uniformes históricos do confronto ocorrido entre britânicos e argentinos em 1982. A tentativa do grupo baseado na América do Sul é possibilitar uma experiência do que foi o conflito. Como a narrativa do Arma 3 é um cenário fictício, alguns jogadores tentam incorporar conteúdos que lhes dizem respeito e assim personalizar a possibilidade de imersão oferecida. Novamente, um imperativo da experiência compartilhada ocasiona a oferta de um pacote de representações que poderia simplesmente ficar restrito a seu grupo de criadores. Aqui nos interessamos menos pelos motivos que levam à apresentação pública dessa modificação do que o movimento de fazer circular essa construção. (Fig.2)

1 Disponível em: <<https://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=1084942536>>. Acesso em: 3 set. 2018.

Outra proposta é o conteúdo apresentado por um modificador brasileiro. Inspirado pelo Batalhão de Operações Especiais (BOPE) do Rio de Janeiro (Figura 3), um criador que utiliza o nome de *Misfit* submeteu aos jogadores modelos de uniforme e de um veículo usados pela corporação. O jogo Arma 3 permite carregar simultaneamente vários dos envios elaborados pela comunidade. Assim,

relações de negociação e interdependência entre projetos de modificadores tomam forma. Isso permite, por exemplo, que um envio chamado *Favela* esteja listado como auxiliar à modificação BOPE. Nessa missão os jogadores necessitam subir o morro para eliminar os membros de uma facção sem ferir os civis. O enfoque adotado no tratamento dos problemas sociais pode ser um problema nesse universo. Ao prescindirem da regulação de agentes fortes – o circuito que hospeda os envios promove um acompanhamento distanciado das submissões – alguns envios ligados a essa matriz militar podem simplificar as leituras sobre periferias urbanas do mesmo modo como manifestações conservadoras têm ganhado vigor nas redes sócio-técnicas. (Fig.3)

Difundidos no mesmo circuito de compartilhamento, o mapa das Malvinas e os modelos do BOPE constituem uma extensão da experiência de jogo do Arma 3, produzida pela capacidade criativa e de pesquisa do público. Naturalmente, elas representam essa comunidade específica, seus valores, modos de criação e regimes de colaboração. Ainda assim, a qualidade de uma recepção criativa orientada a difundir sentidos próprios aos públicos pode ser interpretada dessa



relação mantida por modificadores sobre a cultura de jogos digitais.

## 6. Considerações e trabalho posterior

A incursão sobre o potencial criativo dos consumidores do Arma 3 consiste então numa sugestão sobre os possíveis tipos de organização e sobre a capacidade “produtiva” do polo receptor. Não se trata de uma tentativa de inverter as lógicas, como se

os públicos passassem a operar sentidos independentes. De modo distinto, o crescimento vertiginoso dos discursos proferidos pelos consumidores incentiva as organizações – especialmente as midiáticas, mas não exclusivamente – a buscar no rol de seus “clientes” manifestações individuais, com o intuito de que, assim, conquistem legitimação pelos regimes de escuta que disponibilizam. A desenvolvedora do Arma 3, Bohemia Interactive, desde seu primeiro título lançado, em 2001, estimulou seu público a criar dentro de parâmetros específicos. Assim, pode exercer certa ordem de controle, na medida que gerencia alguns dos circuitos de compartilhamento, e colher uma experiência refinada sobre seus jogos, aumentando a vida útil dos mesmos e garantindo jogadores fieis e investidos na sua franquia. Que não se perca de vista que o objeto estudado aqui pertence à indústria, portanto. Há manifestações singulares de uma capacidade criativa em projetos abertos. É tanto o caso da cultura do *software* livre quanto de modelos de *user generated content* alinhados a projetos de longo alcance, a exemplo da *Wikipédia*. Esses são, pois, eixos deixados em aberto.

Os jogos digitais remetem à trajetória de disseminação das TICs e de seus respectivos usos.

Figura 3 – Modificação BOPE<sup>1</sup>

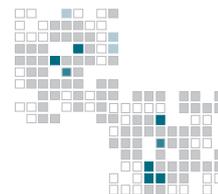


Fonte: Oficina Steam

Apesar da crise passada durante os anos 1980, esse gênero cultural voltou a se destacar em diferentes formatos, seja no PC, em dispositivos móveis ou nos *consoles*. Mas é inegável que o ramo obteve novo vigor com a consolidação das redes informacionais e das novas formas de distribuição asseguradas. O metaconceito de midiatização apresenta assim seu valor como vertente interpretativa desse processo histórico. As redes criaram condições suplementares de transformação do quadro ao fortalecerem experiências compartilhadas de jogo. O interesse crescente nas transmissões em tempo real de jogos (Aguiar, 2018), numa atualização do formato de audiência televisiva, leva a conclusão parecida. Encontra-se aí uma possível frente de pesquisa na interface jogos e midiatização, além daquela destinada neste artigo, a respeito do marco produtivo de jogadores.

A tomada de consciência da circulação como índice analítico encontra nas evidências descritas uma recepção criativa impelida em levar adiante seus discursos. Braga (2006) apontou que a questão dessa “resposta social” vem à tona excedendo

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://steamcommunity.com/workshop/filedetails/?id=551298664>>. Acesso em: 3 set. 2018.



a capacidade analítica do par produção-recepção. Onde uma leitura incauta observa descontinuidade, em verdade encontra-se uma linhagem. Das lições dos estudos culturais e de recepção, as propostas de análise que contenham o enfoque da circulação colherão lições metodológicas e inferenciais de primeira importância. As inter-

pretações que os públicos operam sobre os objetos continuam a ser tão importantes quanto as condições de produção na origem desses bens. Igualmente, a fragmentação desses estudos pode proceder somente ao se sacrificar parte necessária da compreensão que os outros momentos do processo comunicativo ofertam.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Bernardo. *A midiatização do jogar: Do círculo mágico aos circuitos nos usos das redes digitais via streaming*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola da Indústria Criativa, Unisinos, São Leopoldo, 2018.

ARMA 3. Bohemia Interactive. República Tcheca, 2018. Jogo digital, disponível online.

AVERBECK-LIETZ, Stefanie. Understanding mediatization in “first modernity”: sociological classics and their perspectives on mediated and mediatized societies. In: LUNDBY, Knut (Org.). *Mediatization of communication*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH, 2014.

BRAGA, José Luiz. Mediatização como processo interacional de referência. *Animus*, Santa Maria, RS, v. 5, n. 2, p. 9-35, 2006.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1998.

CONSALVO, Mia. Unintended Travel: ROM Hackers and Fan Translations of Japanese Video Games. In: HUNTEMANN, Nina; ASLINGER, Ben (Orgs.). *Gaming globally: Production, play, and place*. Palgrave Macmillan US, 2013. p. 119-138.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. Conceptualizing mediatization: contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, v. 23, n. 3, p. 191-202, 2013.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. *Comunicação Mídia e Consumo*, v. 4, n. 11, p. 115-135, 2008.

FAUSTO NETO, Antônio. As bordas da circulação. *Alceu*, v. 10, n. 20, p. 55-69, 2010.

\_\_\_\_\_. Midiatização da enfermidade de Lula: sentidos em circulação em torno de um corpo-significante. In: JANOTTI JÚNIOR, Jeddler; MATOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Orgs.). *Mediação & midiatização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiatização: um conceito em evolução = From media to mediatization: an evolving concept*. São Leopoldo: Unisinos, 2017.

HALL, Stuart. Encoding/decoding. In: HALL, Stuart et al. *Culture, Media, Language: Working papers in Cultural Studies 1972-1979*. London: Routledge, 2005.

JACQUES, Edu. *(Re)Faça você mesmo: práticas de modding e a circulação midiática na série de jogos Arma*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola da Indústria Criativa, Unisinos, São Leopoldo, 2018.

JENKINS, Henry. *Textual Poachers: television fans and participatory culture*. New York: Routledge, 1992.

\_\_\_\_\_. *Fans, bloggers and gamers: exploring the participatory culture*. New York: NYU, 2006.

JØRGENSEN, Kristine; SANDQVIST, Ulf; SOTAMAA, Olli. From hobbyists to entrepreneurs: On the formation of the Nordic game industry. *Convergence*, v. 23, n. 5, p. 457-476, 2017.

KENT, Steven. *The ultimate history of video games: from pong to Pokémon and beyond: the story behind the craze that touched our lives and changed the world*. New York: Three Rivers Press, 2001.

LEVY, Steven. *Hackers*. Sebastopol: O’Reilly, 2010.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Estratégias metodológicas da pesquisa de recepção. *Intercom-Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 16, n. 2, 1993.

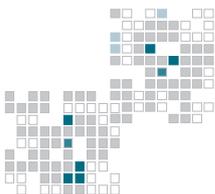
LUNDBY, Knut (Org.). *Mediatization of communication*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH, 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Communication, culture and hegemony: From the media to mediations*. London: Sage, 1993.

\_\_\_\_\_. Uma aventura epistemológica. *Matrizes*, v. 2, n. 2, p. 143-162, 2009.

MÄYRÄ, Frans. *Pokémon GO: Entering the Ludic Society*. *Mobile Media & Communication*, v. 5, n. 1, p. 47-50, 2017.

OLIVEIRA, Thaianie; FERREIRA, Emmanoel; CARVALHO, Louise;



- BOECHAT, André. Tribute and Resistance: Participation and affective engagement in Brazilian fangame makers and modders' subcultures. *Game: the Italian journal of game studies*, v. 3, n. 2, 2014.
- PERRIAULT, Jacques. *Mémoires de l'ombre et du son: une archéologie de l'audio-visuel*. Paris: Flammarion, 1981.
- \_\_\_\_\_. *Las máquinas de comunicar y su utilización lógica*. Barcelona: Gedisa, 1991.
- SHANNON, Claude E. A mathematical theory of communication, Part I, Part II. *Bell Syst. Tech. J.*, v. 27, p. 623-656, 1948.
- SILVERSTONE, Roger. *Why study the media?* London: Sage, 1999.
- SOTAMAA, Olli. "Have Fun Working with Our Product!": Critical Perspectives On Computer Game Mod Competitions. In: *DiGRA Conference: Changing Views – Worlds in Play*, Vancouver, 2005.
- \_\_\_\_\_. When the game is not enough: Motivations and practices among computer game modding culture. *Games and Culture*, v. 5, n. 3, p. 239-255, 2010.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. *Revista Diálogos de la comunicación*, n. 48, 1997.
- ZIMMERMAN, Eric. Manifiesto for a ludic century. In: WALZ, Stefan P.; DETERDING, Sebastian (Orgs.). *The gameful world: Approaches, issues, applications*, Cambridge: MIT Press, 2015

