

Compartilhamentos paratextuais de capital de jogos no ambiente digital

Kennet Anderson da Cruz Medeiros
 Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
 Natal, Brasil
 kennet.anderson96@hotmail.com

Resumo – O presente artigo se propõe a apresentar as discussões sobre as estruturas de relacionamentos sociais entre jogadores no ambiente digital que ocorrem por meio do compartilhamento paratextual de capital de jogos. O debate é realizado através do paralelo, proposto por Mia Consalvo, com o conceito de capital cultural, formulado inicialmente por Pierre Bourdieu, dentro do contexto dos videogames. O capital de jogos é observado como uma característica social dos espaços lúdicos eletrônicos em que elabora uma estrutura de privilégios entre os indivíduos: enquanto uns se favorecem de fatores que os possibilitam de se tornarem jogadores “ideais”, outros são postos à margem disso. Além disso, é observado como as estruturas paratextuais dos videogames, ou seja, toda a indústria que se envolve aos jogos eletrônicos, a exemplo da imprensa, atua como um vetor dessa hierarquização social ao monetizar o capital de jogos através do compartilhamento de hipertextos na internet.

Palavras-chaves: *Capital de jogos, capital cultural, paratextos de videogames, hipertextos, comunidades virtuais*

I. INTRODUÇÃO

Compreender o videogame para além do ato de jogar é um dos primeiros passos para se pensar sobre toda estrutura social que se envolve a esses equipamentos eletrônicos e digitais. Por trás disso, existe um conjunto complexo e entrelaçado de relações entre indústrias, comunidades e jogadores que nos provoca com uma questão: tudo isso é videogame? Discutir sobre esse ecossistema social e as relações que se reproduzem nesse espaço virtual são os principais objetivos desse artigo que tem como base o conceito de capital de jogos, proposto por Consalvo [1], o qual compreende os relacionamentos e as atitudes dos indivíduos, no contexto dos videogames, a partir da aquisição de seus valores e conhecimentos.

Tal abordagem é proposta através de um paralelo com o conceito de capital cultural, sobre o qual Bourdieu [2] realiza no contexto acadêmico/escolar com o intuito de explicar como a sociedade é hierarquizada de uma forma que privilegia determinadas classes sociais em detrimento de outras por meio da cultura. A aproximação entre os temas é realizada sobre a lógica: o videogame está para o capital de jogos assim como a escola está para o capital cultural.

Apesar dos temas parecerem distantes, as reflexões de Bourdieu [2] ajudam a compreender o espectro do videogame como um contexto social e também regado de hierarquizações sociais. Aqui observa-se o capital de jogos como um subproduto de um sistema que privilegia jogadores sobre outros. Ser o jogador “ideal” [1], ou aquele que conhece tudo sobre o seu game e pode ter uma experiência mais completa e gratificante, torna-se um desejo que nem todos podem alcançar.

Mesmo com os paratextos [3] de videogames, ou seja, toda a indústria que o envolve no intuito de fornecer informações e conhecimentos através de navegações hipertextuais no ambiente digital, a exemplo da imprensa, ainda existe um arcabouço social característico do capital de jogos. E é aplicando o conceito dos três estados do capital cultural, proposto por Bourdieu [4], no capital de jogos que se entende alguns fatores significativos dessa estrutura social dos jogadores.

A proposta desse artigo, portanto, é discutir sobre os pensamentos de Bourdieu [2] e Consalvo [1] no contexto dos jogos eletrônicos, na ótica dos compartilhamentos hipertextuais de capital de jogos das mídias paratextuais de videogames no ambiente online, e refletir sobre as consequências disso nas hierarquizações sociais que se formam sobre os jogadores.

II. CAPITAL CULTURAL, CAPITAL DE JOGOS E PARATEXTOS

Nos ambientes virtuais dos videogames é comum de se observar a formação de comunidades para além do ato de jogar. A exemplo, pessoas se reúnem para discutir sobre a última rodada de confrontos em algum campeonato de esporte eletrônico (esports); outras param para comentar sobre o último jogo de alguma famosa franquia; e tem até aqueles que se envolvem em volta dos criadores de conteúdos de videogames (streamers). Todos esses grupos e comunidades, embora sejam formadas dentro de um ideal comum (que é o videogame), têm particularidades tão significativas que acabam criando dialetos, símbolos e práticas específicas nos espaços online.

Observar como agem essas comunidades de videogames é um exercício para entender os fenômenos que mantêm esse ecossistema de relacionamentos funcionando. Uma das formas possíveis para descrever tais práticas sociais é entendida através de Levy [5], ao apontar que as sociedades utilizam uma Inteligência Coletiva compreendida como um “trabalhar em comum acordo”.

Para o autor, experienciamos essa inteligência quando há um enriquecimento mútuo de compartilhamento de conhecimento entre os indivíduos, sem haver algum tipo de reservatório transcendente às pessoas envolvidas [5]. E, como é realizado dentro do Ciberespaço, ou seja, “o espaço móvel das interações entre conhecimentos e conhecedores de coletivos inteligentes desterritorializados” [5], podemos atribuir a Inteligência Coletiva como um fator unificador de experiências entre pessoas situadas em universos virtualizados.

Jenkins [6] também explora esse fenômeno ao dizer que essas comunidades são formadas para produzir um fluxo de

conteúdo “que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam”. Essa cultura da convergência, como chama, é uma transformação cultural que leva os indivíduos a fazerem conexões em meio a conteúdos de mídia, após participarem e assumirem o controle deles.

Nesse mesmo processo de experiências mútuas entre pessoas, Consalvo [1] também traz à tona a “subcultura”, uma abordagem originalmente articulada pelo sociólogo Dick Hebdige, para explicar que o compartilhamento de práticas, crenças e sentidos de estilo são estipulados para definir um grupo como tal. Entretanto, tais pensamentos ainda podem ser muito amplos para se pensar no que os videogames, e seus jogadores, representam atualmente. Como Consalvo [1] aponta, “embora jogos ou gêneros individuais possam gerar essas subculturas, os jogos como um todo são muito variados para pintar seus jogadores com um pincel tão amplo”¹. No caso da subcultura é necessário o compartilhamento de símbolos comuns através de fenômenos como moda, música ou estética, sendo isso visível externamente.

Ao falar de videogames, contudo, a autora se questiona se isso pode ser contextualizado aos jogadores ávidos de Counter-Strike, já que “precisamos enfrentar as diferenças entre os jogadores – nas preferências de gênero, estilos de jogo e muitas outras áreas” [1]. Diante disso, é proposto um outro olhar para problematizar os comportamentos dos jogadores nesses ambientes, indo além do ato de jogar, mas estabelecendo como principal ponto de referência a cultura adquirida individualmente.

Aqui, aborda-se a cultura sob o ponto de vista de Bourdieu [2], quando ele a considera como um conjunto de conhecimentos e saberes que um indivíduo pode dispor. Segundo ele, nas sociedades, a ação do privilégio, muitas vezes, é considerado um “dom” (por exemplo, se um aluno se sai bem na escola, é porque ele tem um “dom de inteligência”). Entretanto, o autor explica que esse privilégio é consequência principal da cultura, ou, como ele diz, de um “capital cultural”, ou seja, um conjunto de valores que as famílias passaram aos seus filhos por gerações, “ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter-reconhecimento” [7].

Bourdieu [2] apresenta o termo segundo uma metáfora para explicar como a cultura nos ensinamentos escolares, em uma sociedade dividida por classes, se transforma numa espécie de moeda utilizada pelas classes dominantes para acentuar ainda mais os elementos de dominação. Nos ambientes acadêmicos, a “herança social”, como também classifica o autor, é “a responsável pela diferença inicial das crianças diante da experiência escolar e, conseqüentemente, pelas taxas de êxito” [2].

Seguindo a metáfora de Bourdieu [2], a escola marginaliza os alunos de classes baixas, porque esses estudantes não tiveram acesso a uma “cultura dominante”, constantemente aplicada dentro de sala. A escola age ignorando as desigualdades presentes dentro dela e, com isso, continua perpetuando e permitindo existir. Os professores as reproduzem por meio de avaliações escolares, cobrando saberes relativos à cultura “livre” (teatro, música, pintura, cinema, etc.) e à linguagem (fineza e riqueza nos modos de falar, e o deciframento e manipulação de estruturas lógicas e

estéticas das palavras). Toda essa hierarquia de valores se mantém por meio de uma cultura aristocrática, em que alunos específicos são melhor avaliados (devido a sua cultura privilegiada, ou seu capital cultural) em detrimento de outros. Como nos diz Bourdieu [2]:

Além de permitir à elite se justificar de ser o que é, a “ideologia do dom” [...] contribui para encerrar os membros das classes desfavorecidas no destino que a sociedade lhes assinala levando-os a perceberem como inaptidões naturais o que não é senão efeito de uma condição inferior, e persuadindo-os de que devem o seu destino social [...] à sua natureza individual e à sua falta de dons. [2]

No contexto dos videogames, Consalvo [1] se apropria do termo apresentado por Bourdieu [2], o capital cultural, para traçar um paralelo sobre os relacionamentos, os valores, as informações e os conhecimentos relacionados aos games. Segundo ela, o “capital de jogos”² é o responsável por colocar os jogadores num papel de acumulador, compartilhador e potencializador de saberes dentro da indústria de videogames.

Quanto mais você sabe sobre essa indústria, mais você está incluído nela. Dessa forma, o que está em evidência aqui não é mais uma estrutura de dominância cultural entre classes sociais, como propõe Bourdieu [2] [4], mas sim um modelo de relações sociais estruturadas nos conhecimentos relacionados aos jogos eletrônicos. Consalvo [1] nos diz:

Reformulei o termo para o capital de jogos [...] para capturar como ser um membro da cultura de jogos é mais do que jogar games ou mesmo jogá-los bem. É conhecer os lançamentos e segredos de jogos, e passar essa informação para outros. É ter opiniões sobre quais revistas de jogos são melhores e os melhores sites de orientações na Internet.³ [1]

Um dos principais propósitos de Consalvo [1] em elaborar tal definição é buscar uma compreensão dialética sobre o ato dos jogadores trapacearem em um videogame. Porque fazem isso? Qual o sentimento deles? Todos são unânimes em concordar com tal prática? O que é uma trapaça para cada um? São algumas perguntas respondidas durante a obra “Cheating: Gaining Advantage in Videogames” [1]. Para isso, ela parte do princípio do capital de jogos para tentar situar diferentes tipos de jogadores dentro desse ambiente: desde aqueles que, por ter um grande conhecimento, ou capital de jogos, são rígidos em negar qualquer tipo de prática que se aproxime a uma trapaça; àqueles que são mais flexíveis em aceitar buscar métodos para facilitar sua jogabilidade, através de diversos tipos de mídias como revistas e sites de detonados⁴.

² Tradução realizada do termo apresentado originalmente em inglês: “Gaming Capital”.

³ Do original: “I have reworked the term into gaming capital [...] to capture how being a member of game culture is about more than playing games or even playing them well. It’s being knowledgeable about game releases and secrets, and passing that information on to others. It’s having opinions about which game magazines are better and the best sites for walkthroughs on the Internet.”

⁴ Resolução de objetivos passo-a-passo em algum jogo eletrônico.

¹ Do original: “Although individual games or genres may spawn such subcultures, games as a whole are too varied to paint their players with such a broad brush.”

Além disso, esses tipos de mídias relacionadas aos videogames levam Consalvo [1] ao segundo propósito de sua obra, e que será mais discutido daqui a diante: como a mídia atua sendo uma fonte primária de capital de jogos, fazendo-o servir como um valor (monetário) dentro da indústria. Ora, se a autora aponta que o capital de jogos é um modelo para analisar o conhecimento e a experiência dos jogadores, consequentemente, o conceito também se faz valer “para o sistema cultural e econômico mais amplo que envolve os jogos digitais”⁵ [8].

Para tratar sobre a influência dos veículos de mídia dentro do contexto de capital de jogos, é necessário, antes de tudo, buscar em Genette [3] a ideia de paratexto para identificarmos quem é essa mídia. O autor explica que tal termo se refere ao conjunto de elementos acompanhados a uma obra literária para serem consumidos em conjunto. Seriam os títulos, intertítulos, capas, prefácios, ilustrações, e tudo aquilo que permite moldar a experiência de um texto, identificando-o como um livro e possibilitando-o de ser oferecido e recebido pelos seus leitores ou pelo público em geral.

Embora não sejam obras literárias, os videogames acabam fazendo uso de diversos elementos que, nas análises de Consalvo [1], também podem ser reconhecidos como paratextos. São as indústrias que cercam os jogos eletrônicos, tais como revistas, guias de estratégias, fabricantes de chips mod, eventos, feiras de divulgação, além de empresas e segmentos que trabalham para moldar a experiência do jogo de maneiras específicas, e que vêm se integrando cada vez mais a ele. Assim como seria difícil das pessoas lerem best sellers sem que soubessem quem escreveu, qual o nome da obra, ou sobre o que se trata; também seria difícil dos jogadores experienciarem algum game sem que antes ouvissem falar dele em alguma revista, evento, site, podcast ou vídeo. Portanto, a autora explica que:

Os paratextos envolvem, moldam, suportam e fornecem contexto para textos. Eles podem alterar os significados dos textos, aprimorar ainda mais os significados ou oferecer desafios aos significados sedimentados. Paratextos também são tudo, menos periféricos, e se tornam mais integrados à indústria de jogos digitais e à comunidade de jogadores todos os anos.⁶ [1]

Se, antes, esses elementos paratextuais dos jogos eletrônicos eram considerados apenas num contexto periférico dos videogames, atualmente eles são tão reconhecidos quanto. Veículos de imprensa e produtores de conteúdos de jogos (streamers, youtubers, bloggers, podcasters, personalidades da internet, entre outros profissionais autônomos desse meio) adquirem um papel tão significativo como indústria de entretenimento que grades estúdios chegam a investir milhões de dólares em marketing para que essas mídias criem hypes sobre lançamentos de jogos. É por isso que uma parte

significativa do capital dos jogos se tornou o conhecimento do próprio paratexto [1], ou seja, o principal produto dessas mídias é o capital de jogos, que é acumulado e distribuído para o consumo de jogadores e das comunidades virtuais envolvidas.

Esses elementos paratextuais vão elencando papéis específicos sobre a função que o capital de jogos pode exercer sobre as pessoas. Quando publicam uma review⁷, por exemplo, estão instruindo os jogadores sobre as maneiras de se jogar; quando desenvolvem uma crítica, estão apontando sobre o que é legal ou não; quando repercutem notícias sobre algum lançamento, estão incitando comunidades de videogames sobre o que jogar, produzindo efeitos de compra e consumo. Assim, o capital de jogos passa a ser a base de formação do que Consalvo [1] chama de jogador “ideal”, ou seja, alguém preparado e incentivado a se identificar como “membro da elite dos jogos por causa de sua experiência em jogos e conhecimento de tudo relacionado a jogos”⁸.

O capital de jogos acaba por gerar sentimentos de pertencimento dos indivíduos sobre temas específicos dentro do contexto dos videogames. Sendo assim, se um site de notícias produz alguma matéria abordando uma análise técnica sobre uma partida disputada em algum campeonato profissional do jogo League of Legends, aqueles que o jogam ou que, pelo menos, acompanham o campeonato, serão os mais suscetíveis a consumirem tal conteúdo e compartilharem com sua comunidade, até porque “parte do valor de ter capital de jogo é poder exibi-lo”⁹ [1].

III. HIPERTEXTUALIZAÇÃO DO CAPITAL DE JOGOS

O jornalismo especializado em videogames, como uma das formas paratextuais de distribuição de capital de jogos, surge, inicialmente, para suprir uma demanda de informações sobre conteúdos relacionados aos jogos eletrônicos, que estavam cada vez mais populares com a febre dos arcades em meados dos anos 1970 [9]. Em sua fase ainda embrionária, os jornalistas se limitavam a produzir reportagens mais voltadas às características técnicas e comerciais, porém, com o passar dos anos e com o avanço da indústria de games, a imprensa passou a enxergar um possível impulsionamento na capitalização de seus conteúdos.

Durante os anos de 1980 e 1990, surgiram muitas revistas com o propósito de acumular capital de jogos e lhe dar um valor monetário. Não é à toa que essa explosão de produções impressas, ocorrida também em território brasileiro, embora tardiamente, visava conteúdos com dicas e guias de estratégias para os jogadores, possibilitando-os alcançar um nível mais alto de credibilidade em suas comunidades [1].

Logo, o capital de jogos tornou-se um negócio multimilionário, pois grandes editoras e grupos de revistas

⁷ Enquanto as reviews são textos de caráter crítico/explicativo, apresentando o “porquê” que um produto deve, ou não, ser consumido, a crítica tem um valor mais subjetivo e reflexivo [9].

⁸ Do original: “What came out of this industry was a clearer picture of what the “ideal” gamer should know and expect from games. That player was then groomed by the industry, encouraged to identify as a power gamer or a member of the gaming elite because of their expertise in gaming and knowledge of everything related to games.”

⁹ Do original: “Part of the value of having gaming capital is being able to display it.”

⁵ Do original: “Gaming capital is for Consalvo a way to discuss the role knowledge, experience and skill have both for an individual, but also for the larger cultural and economical system that surrounds digital games.”

⁶ Do original: “Paratexts surround, shape, support, and provide context for texts. They may alter the meanings of texts, further enhance meanings, or provide challenges to sedimented meanings. Paratexts are also anything but peripheral, and they grow more integral to the digital game industry and player community with every year.”

foram estreitando suas relações com publishers¹⁰ e desenvolvedores de videogames. Jogos passaram a ser enviados com antecedência para as redações produzirem previews¹¹ e reviews, e estúdios investiram marketing nos veículos de mídia. É importante destacar que, como observa Medeiros [9], nos dias atuais a imprensa de games não tem uma grande receita financeira oriunda dos estúdios, como um dia já teve, devido à grande concorrência com produtores de conteúdos que surgiram na era da internet; entretanto, diante desses relacionamentos que tem como principal moeda o capital de jogos, “vemos como o texto e o paratexto não apenas se entrelaçam, mas também se tornam mais vinculados ao dinheiro e às grandes empresas”¹² [1].

Embora muitos já possuam capital de jogo, por se relacionarem com videogames constantemente, é através do consumo de paratextos que os indivíduos adquirem as habilidades e os conhecimentos necessários para se tornarem jogadores “ideais” [1]. A comercialização e o consumo dessas informações, por mídias paratextuais como o jornalismo, são incentivados pela indústria de videogames justamente pela clareza sobre um nível de diferenciação entre o que um jogador “ideal” possui e pode possuir, e o que os jogadores menores não têm [1].

Há de se ressaltar que o jornalismo de videogames não atua somente como um tipo de mediador de capital de jogos entre a indústria de jogos e os jogadores, fornecendo a estes o conhecimento daquela. Os profissionais da imprensa, muitas vezes, atuam além de uma mediação de valor, sendo “importantes instigadores e árbitros do sistema de valores comum que passou a caracterizar o campo em expansão dos jogos e da jogabilidade”¹³ [10], pois, como aponta Poirot [11], “pode haver casos em que a escrita de jogos pode mergulhar em um território significativo, como instâncias de proteção ao consumidor ou demissões”¹⁴.

Contudo, sendo muitas vezes o jornalista de jogos um daqueles que distribui o capital do jogo, dizendo aos jogadores o que jogar, como e por quê, acaba participando da formação do jogador “ideal” [1]. E, hoje em dia, num momento em que as revistas impressas, em sua maioria, perderam espaço para os conteúdos digitais, nota-se que a conexão e a distribuição desses conhecimentos e saberes relacionados aos videogames torna-se ainda mais fluida e facilitada.

No conceito de texto em seu sentido amplo no ambiente digital, como propõe Levy [12], que não exclui sons, imagens, tabelas, nem mesmo vídeos, ao ser estruturado em rede torna-se um hiperdocumento, ou, como também define o autor, um

hipertexto. Todo esse conjunto de elementos, quando conectados, possibilita aos escritores diversas formas de segmentação, justaposição e encadeamentos lógicos [13].

Levy [12] explica que os hipertextos são constituídos por nós¹⁵, ou seja, “elementos de informação, parágrafos, páginas, imagens, sequências musicais, etc.”, e que são ligados uns aos outros através de links. Levando em conta a função da imprensa de games, como descrito anteriormente, podemos considerar que, nesse contexto digital, a distribuição e compartilhamento do capital de jogos funciona como hipertextos, em que suas informações são ligadas umas às outras de formas não necessariamente lineares para manter, aos jogadores, um encadeamento lógico sobre determinado tema.

Em uma primeira abordagem, Levy [12] ressalta que os hipertextos digitais funcionam, de certa forma, como enciclopédias, onde no final de cada artigo é mencionado outro artigo, com sua procura sendo feita de acordo com o interesse de cada indivíduo; mas com a diferença de que o suporte digital possibilita uma navegação da informação multimodal de forma mais rápida e intuitiva. Da mesma forma, no contexto dos videogames, um capital de jogo pode fluir dentro ou entre sites de notícias ao terem suas temáticas sempre interligadas, seja oferecendo artigo relacionados ou linkando um termo ou uma informação específica em seu nó.

No século XX a referência tornou-se tão densa que é praticamente impossível compreender um livro como *Ulisses*, de James Joyce, sem o auxílio de outras obras. [...] Embora o hipertexto não seja novo como formato para reflexão e organização de experiências, foi somente com o desenvolvimento dos computadores que a escrita hipertextual foi produzida em larga escala. [13]

Também, numa abordagem complementar, Levy [12] aponta que a hipertextualização estimula uma “mistura” entre leitura e escrita. Isso porque o indivíduo que está navegando escolhe qual texto será mais útil para si, estruturando um sentido próprio da sua maneira, muitas vezes diferente da forma proposta originalmente pelo autor do hiperdocumento. Então, um jogador que busca informações sobre como passar de algum jogo, pode navegar entre sites que dispõem dessa utilidade, dando as suas devidas prioridades no decorrer de sua jogatina, sem necessariamente seguir a ordem estabelecida pelo site que está distribuindo o capital de jogo. Sobre isso, Canavilhas [14] complementa:

Embora se insista na importância da não sequencialidade do hipertexto para possibilitar diferentes itinerários de leitura, defende-se que cada bloco informativo se autoexplique e seja relacional, isto é, tente ajudar o leitor a situá-lo no contexto temático e na macroestrutura do documento. [14]

Essa hipertextualização do capital de jogos tem um impacto incisivo em sua distribuição, pois antes, com as revistas impressas, quando um jogador necessitava de alguma

¹⁰ Empresa que publica no mercado um jogo eletrônico produzido anteriormente por ela mesma, ou produzido por uma outra desenvolvedora, sob a responsabilidade de gerenciar a comercialização e o marketing do produto.

¹¹ Previews se diferenciam das reviews apenas em relação à disponibilidade de um game no mercado, já que aquela é uma “prévia” do que ainda não foi lançado oficialmente ao público.

¹² Do original: “As large publishing houses and magazine groups join the transnational game publishers and developers, we see how text and paratext not only intertwine but become more tied to money and big business.”

¹³ Do original: “Game journalists in this sense do not merely act as the mediators of value, but they are important instigators and arbiters of the common value system that has come to characterize the expanding field of games and gameplay”.

¹⁴ Do original: “While he noted that games may not be considered a serious topic, he noted that there can be instances in which games writing can delve into significant territory, such as instances of consumer protection or employment layoffs.”

¹⁵ Termo originalmente proposto por George Landow ao tratar das unidades de textos, chamando-as de “lexias”.

informação, precisava se limitar a um número específico de publicações, devido ao tempo e ao dinheiro, ou dependia de indivíduos próximos para compartilharem o conhecimento. Hoje, a forma como a navegação é possibilitada no ambiente digital permite que mídias paratextuais, como a imprensa de videogames, produza conteúdos gratuitos e abertos a todos, agrupe e relacione temáticas específicas a comunidades específicas, e possibilite que a audiência crie e consuma seu texto da sua própria forma.

IV. OS TRÊS ESTADOS DO CAPITAL DE JOGOS

Assim como o compartilhamento de conhecimentos através de hipertextualidades paratextuais de videogames podem proporcionar um espaço mais aberto e de mais fácil acesso aos indivíduos, é imprescindível observar que o capital de jogos também desfruta de características que limitam e privilegiam jogadores em detrimento a outros. Primeiramente, seja para jogar ou para consumir conteúdos paratextuais relacionados a jogos, os indivíduos necessitam investir muito de si para terem um mínimo de experiência com os videogames. Fatores como poder de compra ou tempo são alguns dos obstáculos que estão à frente das pessoas, antes de entrarem nesse ambiente virtual, e que, de certa forma, podem estimular contextos de desigualdades.

Semelhante ao capital cultural, tal investimento está ligado a um conjunto de fatores determinados por um sistema que mantém uma estrutura de “transmissão doméstica de capital” [4]. Para melhor compreensão, dentro do contexto dos videogames, aqueles indivíduos que tiveram maiores oportunidades, em suas infâncias, de se relacionarem com experiências lúdicas eletrônicas, serão mais facilmente incorporados a esse meio e terão mais conhecimentos, aptidões e habilidades.

Bourdieu [4] elenca três estados sob o qual o capital cultural pode existir e possibilitar um sucesso no rendimento escolar dos indivíduos: incorporado, objetivado e institucionalizado. Tais estados funcionam na “contribuição que o sistema de ensino traz à reprodução da estrutura social, sancionando a transmissão hereditária de capital cultural” [4]. Para fins didáticos, no intuito de demonstrar uma estrutura social dominante e hereditária no capital de jogos, tais estados também são aplicáveis ao contexto dos videogames.

O primeiro deles, o estado incorporado, diz respeito às propriedades/habilidades adquiridas pelos indivíduos e que se misturam e se confundem a eles mesmos. Em resumo, seria um “tempo biologicamente disponível” [4] que permite a uma pessoa, no tempo biológico de sua infância, obter seus valores; e um “empreendimento de aquisição prolongado” [4], que permite a ela continuar obtendo conhecimento apenas em troca de um tempo investido. Bourdieu explica:

Vê-se, imediatamente, que é por intermédio do tempo necessário à aquisição que se estabelece a ligação entre o capital econômico e o capital cultural. [...] Além disso, e correlativamente, o tempo durante o qual determinado indivíduo pode prolongar seu empreendimento de aquisição depende do tempo livre que sua família pode lhe assegurar, ou seja, do tempo liberado da necessidade

econômica que é a condição da acumulação inicial. [4]

No contexto dos videogames, nascer em um espaço social em que seja possibilitado algum tipo de experiência lúdica eletrônica já é um grande passo para que o indivíduo adquira habilidades, ou, pode-se dizer, capital de jogos, sobre videogames. E, essa aquisição não acaba somente no círculo social: empreender tempo a, por exemplo, estudar novas táticas de combate em algum MMORPG¹⁶, entender o novo metagame¹⁷ de algum MOBA¹⁸, ou até treinar habilidades mecânicas de um shooter¹⁹, separa o jogador “ideal” [1] de jogadores menores.

Bourdieu [4] também apresenta o estado objetivado do capital cultural como instrumentos físicos e materializados (a exemplo de pinturas, escritos, monumentos, etc.) utilizados pelos indivíduos como objetos de luta no campo da produção cultural (arte, ciência, etc.) e no campo das classes sociais. São, ao mesmo tempo, apropriações materiais (sob o ponto de vista do capital econômico) e simbólicas (sob o ponto de vista do capital cultural). Ele destaca:

Os bens culturais podem ser objeto de uma apropriação material, que pressupõe o capital econômico, e de uma apropriação simbólica, que pressupõe o capital cultural. Por consequência, o proprietário dos instrumentos de produção deve encontrar meios para se apropriar ou do capital incorporado que é a condição da apropriação específica, ou dos serviços dos detentores desse capital. Para possuir máquinas, basta ter capital econômico; para se apropriar delas e utilizá-las de acordo com sua destinação específica [...] é preciso dispor, pessoalmente ou por procuração, de capital incorporado. [4]

Logo, ao entender o videogame em seu sentido material, o estado objetivado de um capital de jogos seria a posse dos indivíduos por reprodutores de jogos (como computadores, consoles ou smartphones), por jogos (sejam físicos ou digitais) e por mídias paratextuais que distribuem capital de jogos (a exemplo de revistas). E, ao mesmo tempo que haja a apropriação física e econômica desses elementos, pois, normalmente, só podem ser adquiridos através do dinheiro, possuí-los também é uma apropriação simbólica, pois nem todas as pessoas podem tê-los – e embora tenham, precisam dispor de tempo (ou capital incorporado) para utilizá-los.

Por fim, o estado institucionalizado, pontuado por Bourdieu [4], diz respeito aos diplomas e aos certificados entregue por instituições, como forma de documentos oficiais que conferem títulos e competências (juridicamente

¹⁶ Massively Multiplayer Online Role-Playing Game (MMORPG) ou jogo de interpretação de personagens online e em massa para multijogadores.

¹⁷ Nos jogos eletrônicos, principalmente de multijogador online, o metagame refere-se à operação de conhecimentos estratégicos que ficam em tendência por um tempo em determinados jogos. É o melhor uso desses conhecimentos que possibilitará ao jogador uma dominância competitiva sobre outros.

¹⁸ Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) ou jogo de arena em batalha para multijogador online.

¹⁹ Jogos de tiros.

comprovadas), aos indivíduos. O autor ressalta que a “alquimia” social é tão forte sobre os diplomas que eles chegam a produzir uma autonomia relativa ao seu portador. É o diploma, por exemplo, que garante o nome de aprovado em um concurso (mesmo que haja uma diferença milimétrica entre o último aprovado e o primeiro reprovado) ou que vai garantir o nome de alguém no mercado de trabalho.

Atualmente, na maioria dos jogos, a presença de conquistas²⁰ além de ser vista como elemento instigador de uma boa experiência virtual aos jogadores, também desempenha um papel de provar a determinação e o empenho individual. “Platinar”, como é chamado o ato de concluir todos os objetivos de um jogo, torna-se um título de alto investimento pessoal a um videogame, competência que nem todos chegam a alcançar. Os paratextos de videogames, a exemplo da imprensa, sempre tenderam a oferecer capital de jogos que ensinassem como conquistar “platinas”, seja em páginas de revistas, em sites ou em vídeos.

Nesse mesmo sentido de “conquista”, há de se considerar também a influência que as chamadas patentes²¹ exercem nos jogos multiplayer. Alcançar uma designação superior à de outros jogadores chega a ser tão significativo no contexto de jogos online que, assim como os diplomas, as patentes adquirem uma autonomia relativa ao indivíduo: agora o jogador se refere a si através do título conquistado²², e tal prestígio pode garantir desde uma relevância social na comunidade de tal jogo, a oportunidades em patrocínio (geralmente oferecidas quando o sujeito também é streamer) e em times de esportes (quando o indivíduo almeja entrar em cenários profissionais de jogos competitivos).

Produto da conversão de capital econômico em capital cultural, ele estabelece o valor, no plano do capital cultural, do detentor de determinado diploma em relação aos outros detentores de diplomas e, inseparavelmente, o valor em dinheiro pelo qual pode ser trocado no mercado de trabalho. [4]

Há de se considerar que os estados pelos quais o capital cultural e o capital de jogos atuam não agem independentes uns dos outros. Empreender tempo em troca de conhecimento, num estado incorporado, pode, conseqüentemente, resultar na conquista de um certificado, num estado institucionalizado. Da mesma forma, passar mais tempo em determinado jogo ou consumir mais paratextos de videogames, possibilita a um jogador alcançar uma “platina” ou uma patente desejada.

E, assim como Bourdieu [4] destaca esses estados de capital cultural como momentos que privilegiam determinados indivíduos sobre outros, o capital de jogos também não escapa disso. Além de formar o jogador “ideal”, numa sociedade gerada num contexto de contradições e desigualdades sociais, os paratextos de videogames também

criam um jogador médio, “jovem, masculino e heterossexual, com bastante dinheiro disponível” [1]²³.

Jovem, pois tal entretenimento ainda tem sua comunidade formada por maioria jovem²⁴; masculino, pois numa sociedade machista, o “tempo biologicamente disponível” [4] do entretenimento lúdico eletrônico, do qual se fala na infância, ainda é priorizado aos homens²⁵; e com bastante dinheiro, pois os videogames ainda são um entretenimento de acesso privilegiado, que dependem de alto investimento financeiro. O capital de jogos não é originário desses fatores intencionalmente, mas sim por ser um subproduto do sistema [1].

V. CONCLUSÃO

O capital de jogos, termo oriundo das abordagens de Bourdieu [2] sobre a hierarquização das classes sociais, ao ser proposto por Consavo [1] abriu uma grande porta de reflexões sobre o ecossistema social que envolve o videogame e toda sua indústria. Esse modelo que diz respeito às relações estruturadas nos conhecimentos provenientes dos jogos eletrônicos ajuda a entender um pouco sobre o arcabouço social dos jogadores, sobre o consumo de conteúdos de jogos e sobre uma estrutura de desigualdades social e econômica no contexto dessa indústria.

Numa abordagem sobre os relacionamentos, pode-se notar que o capital de jogos propicia a formação de comunidades virtuais relacionadas aos videogames ao fazer com que o conhecimento seja constantemente compartilhado a partir do surgimento de necessidades individuais e que, depois, se tornam comunitárias. Se um jogador deseja conhecer mais sobre um determinado jogo, outras pessoas podem distribuir capital de jogos para ele. Ao mesmo tempo, esse jogador também pode descobrir algo inédito e trocar essas informações que serão úteis aos outros. Essa circulação de conhecimento ajuda comunidades a se fortalecerem e a criarem um espaço de discussões e até de dialetos únicos.

E isso não se limita aos indivíduos envolvidos nesse contexto social, pois elementos paratextuais aos videogames, ou seja, as indústrias que se integram aos jogos eletrônicos e às suas comunidades, surgem para monetizar o capital de jogos e distribuí-los através de sites, vídeos, podcasts e demais ferramentas digitais propiciadas pela internet. Via modelos de hipertextualização, os conteúdos adquirem novas segmentações, justaposições e encadeamentos lógicos para facilitar a navegação dos consumidores às informações específicas desejadas.

Por se fazerem tão interligados às comunidades e aos videogames devido a sua mediação de valores, porém, tais mídias também acabam tornando o sistema de distribuição de conhecimento limitado àqueles dentro do contexto dos jogos, excluindo, portanto, indivíduos de fora. Então, se uma matéria é produzida por um site de notícias as pessoas deverão ter

²³ Do original: “They also create an average or perhaps ideal gamer that is young, male, and heterosexual, with plenty of disposable cash.”

²⁴ Estudos realizados pela Pesquisa Game Brasil 2020 revelam que 69,3% da população brasileira que joga videogames está na faixa etária de 16 a 34 anos, sendo a faixa de idade de 16 a 24 anos representando 34,6% das pessoas. Fonte: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/pesquisa-game-brasil-2020>

²⁵ Embora a Pesquisa Game Brasil 2020 revele que, no Brasil, as mulheres já são o maior público que consome videogames, cerca de 61,3% do “hardcore gamer”, ou, nas palavras de Consavo [1], o jogador “ideal”, ainda são homens. Fonte: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/pesquisa-game-brasil-2020>

²⁰ Também chamadas de troféus ou achievements, refere-se aos objetivos especiais propostos pelos jogos aos jogadores, na finalidade de oferecer experiências mais desafiadoras do que as propostas normalmente.

²¹ Posições/ranques que os jogadores são submetidos ao longo de seu tempo em determinados jogos, com o objetivo de balancear seu nível de experiência com a de outros jogadores.

²² A exemplo, no jogo Free Fire, o sujeito de patente mais elevada é o Desafiante; no Overwatch, é o Grão-Mestre; e no Hearthstone, é a Lenda.

algum tipo de afinidade com o conteúdo ou com a comunidade sobre a qual o assunto fala, pois caso não, pouco será agregado ao leitor.

Contudo, essa característica excludente é intrínseca aos paratextos não somente por serem indústrias integradas aos videogames, mas também por serem criados para distribuir capital de jogos, elemento que agrega uma série de diversas outras desigualdades. Da mesma forma que Bourdieu [4] formula os três estados do capital cultural para explicar o contexto sobre o qual a estrutura da hierarquia social da sociedade é formada, traçar um paralelo do capital de jogos com esse conceito possibilita uma reflexão mais aprofundada sobre as estruturas de privilégios nos ambientes de videogame que indivíduos podem ter sobre outros na finalidade de se tornarem jogadores “ideais” [1].

Adquirir habilidades e conhecimentos no tempo biológico da infância ou durante um tempo prolongado, deixa o jogador num estado incorporado do capital de jogos, possibilitando-o de se colocar em vantagem na frente de outros com relação a algum game. Da mesma forma, o ato de possuir instrumentos materializados de videogames traz a ele uma carga que é ao mesmo tempo econômica e simbólica de um estado objetivado. E, por fim, alcançar títulos representados nos jogos pelas conquistas e pelas patentes chega a conferir status e oportunidades na comunidade, por meio de um estado institucionalizado.

Embora o compartilhamento de capital de jogos possibilite uma série de trocas de experiências entre as pessoas, formação de comunidades virtuais de videogames, e crescimento de toda uma indústria paratextual, ele também gera uma estrutura desigual no ambiente social dos jogos. Ser um jogador “ideal”, aquele que conhece tudo sobre seus jogos preferidos e que consegue ter o máximo da experiência lúdica eletrônica, depende de privilégios que a sociedade e o sistema o garantem.

REFERÊNCIAS

- [1] M. Consalvo, *Cheating: gaining advantage in videogames*. Cambridge, MA: The MIT Press, 2007.
- [2] P. Bourdieu (1966), “A escola conservadora: as desigualdades frente à escola e à cultura”, em: *Escritos de educação*, Petrópolis: Vozes, 2007, p. 39-64.
- [3] G. Genette, *Paratexts: thresholds of interpretation*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- [4] P. Bourdieu (1979), “Os três estados do capital cultural”, em: *Escritos de educação*, Petrópolis: Vozes, 2007, p. 71-79.
- [5] P. Lévy, *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Edições Loyola, 2011.
- [6] H. Jenkins, *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009
- [7] P. Bourdieu (1980), “O capital social: notas provisórias”, em: *Escritos de educação*, Petrópolis: Vozes, 2007, p. 65-69.
- [8] F. Mäyrä, “Gaming Culture at the Boundaries of Play”, vol. 10, issue 1. *Game Studies*, 2010 [online]. Disponível em: <http://gamestudies.org/1001/articles/mayra>.
- [9] K. A. da C. Medeiros, “Valores-Notícia no Jornalismo Digital Especializado em Videogames”. Dissertação apresentada ao curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Brasil: UFRN, 2019.
- [10] D. B. Nieborg e T. Sihvonen, “The new gatekeepers: the occupational ideology of game journalism”. *Proceedings of the 2009 DiGRA International Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory*. London, v. 5, p. 1-9, set. 2009 [online]. Disponível em: <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/09287.29284.pdf>.
- [11] S. J. Poirot, “The self-perception of video game journalism: interviews with games writers regarding the state of the profession”. *Dissertation (Degree of Doctor of Philosophy) - Gaylord College of Journalism and Mass Communication*. Oklahoma: University of Oklahoma, 2019.
- [12] P. Lévy, *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- [13] J. Murrey, *Hamlet no Holodeck*. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.
- [14] J. Canavilhas, “Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas”, em: *WebJornalismo: 7 características que marcam a diferença*, Covilhã: Livros LabCom, 2014, p. 3-24.