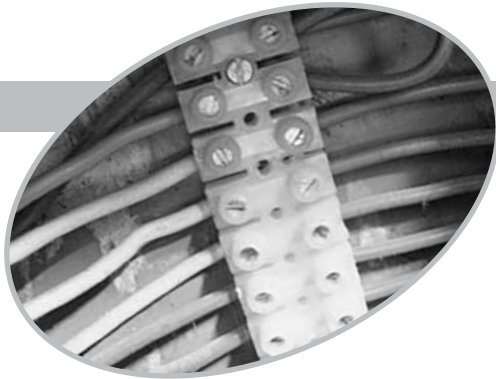


Game-ativismo e a nova esfera pública interconectada*



Sergio Amadeu da Silveira

*Doutor em Ciência Política (USP)
Professor de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero
E-mail: samadeu@gmail.com*

Resumo: A estética dos games ultrapassou o cenário do entretenimento e está sendo utilizada pelo novo ativismo, articulado no ciberespaço. O texto discute o potencial dos games como forma de protesto e de persuasão no cenário das redes digitais. Focaliza principalmente o game-ativismo desenvolvido pelo grupo italiano chamado *La Molleindustria*. Também busca vincular os games à tradição do vídeo-ativismo e às práticas recombinantes, tais como os *machinimas*.

Palavras-chave: games, esfera pública interconectada, ciberativismo, game-ativismo.

Game-activismo y la nueva esfera pública interconectada

Resumen: La estética de los videojuegos ha ultrapassado el escenario del entretenimiento y se presta a utilización por un nuevo activismo articulado en el ciberespacio. El artículo discute el potencial de los videojuegos como instrumento de contestación y de persuasión en las redes digitales. Se detiene sobretudo en el game-activismo desarrollado por el grupo italiano *La Molleindustria*. Intenta también vincular los videojuegos con la tradición del activismo en video y a las prácticas recombinaciones como los *machinimas*.

Palabras clave: videojuegos, esfera pública interconectada, ciberactivismo, game-ativismo.

Game-activism and the new connected public sphere

Abstract: The aesthetics of games surpassed the field of entertainment and is being used by the new activism, which is articulated in the cyberspace. This text discusses the potential of games as a form of protest and persuasion in the field of digital networks. It deals mainly with the game activism developed by the Italian group *La Molleindustria*. It also tries to link the games to the tradition of video activism and to the recombining practices as the *machinimas*.

Key words: games, interconnected public sphere, cyberactivism, game activism.

Introdução

O ativismo, ou seja, a atividade militante em prol de uma causa política, social ou cultural ampliou seu potencial com a expansão da internet. Ganhou grande destaque com as manifestações de antiglobalização organizadas principalmente pela rede, tais como Seattle (1999) e o lançamento do Fórum Social Mundial. Com o objetivo de enfatizar as ações em redes digitais, o termo passou a ser empregado também como ciberativismo.

O termo “ativista” popularizou-se provavelmente em função de sua adoção por grupos na América do Norte e na Europa. O motivo, supostamente, foi a tentativa de distanciamento da carga forte associada às palavras “revolucionário” e “radical” – a primeira utilizada para o extremista que recorre às armas e busca tomar o poder, a segunda para o ator político institucional que age fora dos padrões de conduta comuns às instituições – e da carga fraca da palavra “militante” – que defende causas, como os ideais de um partido, mas têm poucas manifestações ativas (Assis, 2006:13).

* Trabalho apresentado no GP Cibercultura do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, PR, 4 a 7 de setembro de 2009.

Os ciberativistas não têm uma coloração ideológica definida nos marcos tradicionais. Suas ações espalham-se em um amplo espectro de motivações políticas que vão das questões ambientais até as causas feministas ou de solidariedade aos refugiados palestinos. Sandor Vegh analisou as formas do ativismo on-line, aqui entendido como ciberativismo, construindo um modelo de classificação de acordo com a forma como se utiliza a internet. Vegh construiu um modelo que enfatiza a direção da iniciativa conforme a informação é enviada e recebida e como é realizado o chamado para a ação ou reação a uma dada situação, formando três áreas típicas de classificação: conscientização/promoção de uma causa (*awareness/advocacy*); organização/mobilização (*organization/mobilization*) e ação/reação (*action/reaction*).

Na conscientização/promoção de uma causa, Vegh enquadra a ação dos ativistas para divulgar notícias alternativas entre si e para a população maior, mostrando outro lado dos fatos e suas implicações para a sociedade. Na chamada área de organização/mobilização, o pesquisador reuniu três diferentes modos de agir: a convocação de ações off-line, a articulação de atividades on-line e as ações programadas envolvendo a ação de softwares (robôs) e computadores para disseminar mensagens, defender ou atacar sites na rede. Por fim, como ação/reação, Vegh descreve principalmente as atividades que buscam mostrar formas de resistência às versões oficiais das mobilizações e diversos tipos de ativismo. O maior exemplo dessa última área pode ser encontrado na atividade de apoio dada pelos hackers ao movimento zapatista, que luta contra a opressão praticada sobre as populações indígenas em Chiapas, no México.

Outro termo derivado da palavra “ativismo”, também empregado por Vegh em um artigo publicado na *First Monday*, em 2002, é o *hacktivism* ou hacktivismo. Ele nasce da reunião das palavras “hacker” e “ativismo”. Segundo a definição de um dos principais coletivos de hacktivistas, autodenominado *Cult of the dead Cow*, “hacktivismo: uma prática

de hacking, phreaking ou de criar tecnologias para alcançar um objetivo social ou político”.¹ Já a pesquisadora Alexandra Whitney Samuel, em sua tese de doutorado, afirma que o hacktivismo é “o uso não-violento de ferramentas digitais ambíguas legais ou ilegais para finalidades políticas” (Samuel, 2004:2).²

Essas mutações do termo “ativismo” expressam as tentativas de acompanhar as mudanças pelas quais as ações políticas estão passando quando seus sujeitos encontram novas possibilidades de comunicação e organização. Sem dúvida, as novas tecnologias de processamento, armazenamento e distribuição de informações, ao permitirem a alteração da comunicação, também abrem um novo espaço para o ativismo. Isso não quer dizer que as tecnologias criam as mobilizações. Isso indica que grupos sociais e até indivíduos têm condições mais favoráveis para construir redes de mobilização, o que não era possível em uma esfera pública dominada pelos *mass media* (Benkler, 2006).

Para Yochai Benkler, a expansão da internet alterou a ecologia dos meios de comunicação e, conseqüentemente, afetou a esfera pública, entendida como um espaço essencialmente comunicacional entre o Estado e a esfera privada. Benkler denominou a nova configuração da esfera pública a partir da emergência da comunicação em redes digitais de esfera pública interconectada. Para ele, as redes aumentaram o poder dos indivíduos. Desse modo, caíram os custos para se participar do debate político e diminuíram as barreiras de entrada para se tornar um falante. Essa perspectiva pode ser fortalecida pelos exemplos de Howard Rheingold quando o autor relata fatos sobre mobilizações instantâneas, as flash-mobs, convocadas por indivíduos comuns e anônimos – elas só levaram milhares de pessoas às ruas como também redundaram em

¹ Tradução do autor: “hacktivism: a policy of hacking, phreaking or creating technology to achieve a political or social goal”. Disponível em: <http://web.archive.org/web/19981203083935/http://www.hacktivism.org>. Acesso em: 10/06/2009.

² Tradução do autor: “the nonviolent use of illegal or legally ambiguous digital tools in pursuit of political ends”.

grandes mudanças políticas, como na queda do presidente das Filipinas, em 2001, ou nas manifestações ocorridas na Espanha, em 2004 (Rheingold, 2004:181-208).

Este texto busca mostrar que existe uma nova dimensão do ativismo, que denomino game-ativismo. Ela nasce das possibilidades abertas pela popularização dos games e pelo aumento de seu número de desenvolvedores, pelo seu uso além da esfera do entretenimento e pela sua ascensão à primeira posição na indústria audiovisual do planeta, ultrapassando a produção cinematográfica. O game-ativismo é o ativismo que busca desenvolver games para denunciar, apoiar e despertar interesse por determinadas causas e campanhas sociais, políticas ou culturais.

● Simuladores e Estados


Roger Smith, um dos responsáveis pelo treinamento e simulação das Forças Armadas dos Estados Unidos, escreveu que os jogos não são apenas encontrados em espaços dedicados ao entretenimento. Os simuladores e *wargames* que foram usados para treinar o pessoal militar durante a Segunda Guerra Mundial impactaram diversos grupos sociais e econômicos e demonstraram o enorme potencial que os jogos e simulações podem exercer como ferramentas de aprendizagem e de melhoria de desempenho (Smith, 2006:5).

Jogos eletrônicos, de combate e estratégia são obrigatórios para a formação militar contemporânea. Simuladores também são essenciais para a indústria aeronáutica e são cada vez mais utilizados pelas indústrias de energia e pela engenharia. Como Henrique Antoun apontou, “a globalização transformou a informação em uma arma e o Estado, global ou local, está sempre envolto, pós-modernamente, nas guerras de informação” (Antoun, 2004:231). Uma parte dessas guerras, “frias e quentes”, é planejada e seus agentes são formados a partir de simuladores e games.

A complexidade das ações e a incerteza dos cenários de guerra encontraram no ambiente dos jogos eletrônicos e dos atuais games o

melhor meio para assegurar uma preparação cognitiva adequada dos combatentes. Dificuldades de diversos níveis e até surpresas pouco previsíveis são organizadas pelos desenvolvedores de games, que apresentam cada vez mais sofisticação e precisão realista no movimento dos objetos virtualizados.

Rita Raley reproduziu, em seu livro *Tactical media*, uma passagem de Edward Castanova – autor de *Synthetic worlds* – que nos permite observar as perspectivas dos jogos digitais para além do simples treinamento:



Grupos sociais têm condições mais favoráveis para construir redes de mobilização, o que não era possível em uma esfera pública dominada pelos mass media

A regra é a de que o exército deve lutar onde a guerra está, e a guerra irá aonde as pessoas estão. Em 1814, todos andavam a pé. Em 1914, eles usavam trens. Em 1940, eles estavam nos carros. Em 2040, eles estarão em avatares (Castranova apud Raley, 2009:65).³

Nesse sentido, a própria guerra já está sendo pensada no ciberespaço não como um território de passagem, mas como um espaço fundamental a ser dominado. Essa perspectiva aposta na tendência de o espaço virtual se tornar a plataforma na qual serão organizadas as principais atividades humanas e da qual também partirão as ações mais amplas e intensas de interferência no cotidiano presencial das sociedades. Isso agiganta a importância dos games como expressão típica do universo virtualizado.

³ Tradução do autor: “The lesson is that the army must fight where the war is, and the war will go where the people are. In 1814, everybody was on foot. In 1914, they were on trains. In 1940, they were in cars. In 2040, they will be in avatars” (Castranova apud Raley, 2009:65).

A expansão dos *serious games*

A professora Lucia Santaella, ao estudar as profundas mudanças da comunicação no que denominou “era da mobilidade”, percebeu a extrema relevância dos games:

Os games ultrapassaram o mundo do entretenimento e do treinamento militar, ganharam usos educacionais e migraram para diversas áreas

Para se ter uma idéia do papel que os jogos eletrônicos estão desempenhando na cultura humana deste início do terceiro milênio, basta dizer que a movimentação financeira de sua indústria é a primeira na área de entretenimento, superior à do cinema, e a terceira do mundo, perdendo apenas para a indústria bélica e a automobilística (Santaella, 2007:407).

Já há algum tempo, os games ultrapassaram o mundo do entretenimento e do treinamento militar, ganharam usos educacionais e migraram para diversas áreas – por isso, suas novas aplicações são denominadas “*serious game*”. Esse termo, que poderia ser traduzido literalmente por “jogo sério”, tem sido utilizado muito antes da expansão dos computadores e dispositivos eletrônicos no cotidiano das pessoas. Clark Abt, em 1977, publicou o livro *Serious games*, em que pensava os jogos de carta e de tabuleiro para usos distintos, para além do simples entretenimento.

Michael Zyda, em “From Visual Simulation to Virtual Reality to Games”, escreveu que a definição formal de “*serious games*” pode ser descrita como “uma disputa mental, travada com um computador segundo regras específicas, que usa o entretenimento para ajudar o governo ou as corporações, a edu-

cação, saúde, políticas públicas e objetivos estratégicos de comunicação” (Zyda, 2005:26).⁴

Muitos pesquisadores já haviam percebido que os games absorveram muito das linguagens de outras mídias e que estas também passaram a incorporar seus recursos semióticos (Santaella, 2007:408). Tais arranjos sógnicos e sua extrema capacidade de mover nossa imaginação e estimular nosso raciocínio foram transportados como uma nova mídia para a comunicação de entidades do mercado ou de outras instituições.

Os games, em geral, trabalham com a necessidade de superar desafios e têm importantes componentes necessários ao aprendizado e ao treinamento. Como exigem uma concentração prazerosa das atenções, o que acaba gerando uma imersão no contexto proposto a partir desse paradigma, o game pode ser aplicado em vários processos comunicacionais. Os *serious games* podem ser entendidos como uma importante mídia para diversos conteúdos e aplicações que exijam grande atenção e memorização de regras e da movimentação de diversos elementos.

Um dos fundadores da empresa *Persuasive games*, Ian Bogost, lançou o jogo Killer Flu,⁵ para explicar a chamada gripe Influenza. Bogost afirmou ao jornal *Telegraph*, da Inglaterra: “Nosso jogo é sobre o aumento da informação e redução do pânico. Jogos têm um poder único que as outras mídias não têm. Eles permitem você compreender como os sistemas operam. A epidemiologia pode realmente ser melhor explicada em um jogo do que na forma de um panfleto ou documentário”.

Inicialmente chamada de gripe suína, causada pelo vírus A (H1N1), a Influenza é uma infecção do sistema respiratório que pode transformar-se em uma forte pneumonia. A partir do México, a Influenza espalhou-se por diversos países, colocando as autoridades de

⁴ Tradução do autor: “a mental contest, played with a computer in accordance with specific rules, that uses entertainment to further government or corporate training, education, health, public policy, and strategic communication objectives”.

⁵ Disponível em: <http://www.clinical-virology.org/killerflu/killerflu.html>. Acesso em: 20/06/2009.

Saúde Pública em estado de alerta, dada a possibilidade de ela tornar-se uma pandemia. Uma das reações mais interessantes e inusitadas à Influenza foi o imediato surgimento de vários games sobre sua expansão e como evitá-la.⁶

Práticas recombinantes, *machinimas* e o audiovisual ativista

O mundo digital é liberto dos suportes. Os conteúdos e formatos podem ser facilmente recombinados e multiplicados sem os limites da matéria. Somam-se a isso duas outras importantes constatações. A primeira está no fato de que os games “são híbridos porque envolvem programação, roteiro de navegação, design de interface, técnicas de animação, usabilidade” (Santaella, 2007:408). A segunda é que muitas empresas de games estão lançando suas ferramentas de design junto com seus jogos (Jenkins, 2008:218).

Reforçando a primeira constatação, é importante agregar outra. Roger Smith afirmou que, apenas no SourceForge, um dos maiores repositórios de códigos-fonte de softwares abertos para desenvolvimento colaborativo, mais de 25% de todos os projetos (que ultrapassam, no mês de junho de 2009, mais de 150 mil) são desenvolvidos para jogos de computador e ferramentas de apoio. Smith entende que isso é um forte indício de que muitas pessoas estão ansiosas para investir seu tempo, inteligência, expressar sua criatividade e criar uma reputação desenvolvendo games e organizando comunidades de desenvolvedores em sua volta (Smith, 2006:14).

Essas constatações reforçam a observação de que as atividades de remixagem, típicas da cibercultura (Lemos, 2006:52), da música techno e dos *fanfics* também estão presentes de modo marcante no mundo dos games, reunindo diversas habilidades em uma espécie de meta-hibridização – o que é alavanca-

do pela facilidade de uso dos games como cenários para animações e histórias, tal como vem ocorrendo nos *machinimas*.

“*Machinima*” vem da reunião das palavras inglesas “*machine*” e “*animation*”. Em 1993, o Doom lançou um programa que permitia que os jogadores gravassem suas ações de combate dentro do game para análise e reprodução posterior. Com isso, várias pessoas passaram a gravar as cenas de seus avatares no jogo. Logo, muitos jovens puseram-se a criar roteiros dentro do jogo e a gravá-los como minifilmes. O *machinima* se espalhou como uma prática de recombinação das mais criativas e inspiradoras do mundo digital. O pesquisador norte-americano Henry Jenkins afirma categoricamente, ao refletir sobre o fenômeno do *machinima*, que:

Isso é o que se afirmava que iria ocorrer como consequência inevitável da revolução digital: a tecnologia colocaria nas mãos de pessoas comuns, para sua expressão criativa, ferramentas de baixo custo e fáceis de usar. Derrube as barreiras da participação e forneça novos canais de publicidade e distribuição, e as pessoas criarão coisas extraordinárias. Pense nessas subculturas como frascos de laboratório estéticos. Ponha neles uma semente e observe a germinação (Jenkins, 2008:203).

(...)

A modificação de games representa a versão mais extrema de outras práticas difundidas, através das quais jogadores customizam os personagens, os ambientes ou as experiências do jogo. Will Wright, criador de SimCity (1989) e The Sims (2000), afirma que, na indústria de games, a separação entre criadores e consumidores é muito menor do que a maior parte dos outros setores da indústria do entretenimento, em parte porque quase todo o pessoal da indústria de jogos se lembra de quando as pessoas desenvolviam games na garagem de casa (Jenkins, 2008:221-222).

Os *machinimas* adquiriram tanta importância que já possuem premiações e associações,⁷ e a própria indústria dos games incorporou sua existência como um aliado na

⁶ Um bom exemplo está no site <http://www.thegreatflu.com>, do Erasmus Medical Center. Outro exemplo, menos sério, foi produzido por dois jovens e está disponível no endereço: http://www.swinefighter.com/#heyzap_game=swinefighter. Acesso em: 20/06/2009.

⁷ Disponível em: <http://www.machinima.org>. Acesso em: 20/06/2009.

consolidação de seus produtos, bem como para descobrir novos talentos da animação. Jenkins, em sua pesquisa, percebeu que o game da *Lionhead* já vinha com um estúdio para que fossem montados novos filmes com os personagens do game, permitindo o seu compartilhamento on-line (Jenkins, 2008:206).

O *machinima* alcançou o universo do ativismo político e social com o *French Democracy*.⁸ Ele foi feito pelo designer francês de origem chinesa, Alex Chan, sobre o game *The Movies* utilizando a plataforma de animação da companhia inglesa *Lionhead Studios*. O filme relata os conflitos ocorridos nos subúrbios de Paris, em 2005, envolvendo jovens imigrantes. *French Democracy* tem 4 personagens centrais que são imigrantes discriminados e humilhados. Sua história desemboca no levante e nos confrontos com a polícia francesa. A animação demonstra que a revolta dos imigrantes era extremamente justificável diante do cotidiano de violência racial e étnica a que estavam submetidos.

Hackeamento e reconfiguração das tecnologias para servir ao ativismo

A força persuasiva e educativa dos games já havia sido descoberta por vários educadores e também pelos ativistas da rede. Na Itália, um coletivo de artistas, designers e programadores criaram o *Molleindustria*. Seu principal criador, Paolo Pedercini, nascido em Milão e atualmente residente em Nova York, quer usar a estética dos games para promover a crítica social e política. “Games radicais contra a ditadura do entretenimento” é o slogan do coletivo. *Molleindustria* quer usar os games como um ponto de partida para lançar uma nova geração de desenvolvedores críticos e, acima de tudo, para disseminar novas experiências e práticas que podem ser facilmente copiadas e difundidas de modo viral.

No site do *Molleindustria*,⁹ podemos encontrar vários jogos desenvolvidos em flash, uma linguagem proprietária, mas que se dis-

seminou velozmente devido à sua facilidade de uso. Esses jogos trazem uma crítica radical e são uma manifestação contracultural baseada, principalmente, na sátira política que envolve os jogadores em situações cômicas que emanam das contradições e situações construídas pelo desenvolvedor como leitura da realidade do poder aplicada no jogo.

Um dos jogos de maior sucesso é *McDonald's Video Game*,¹⁰ que é apresentado em mais de oito línguas, inclusive em português. Na abertura do game, aparece a sua clara intenção:

Ganhar dinheiro com uma empresa como o McDonald's não é tão fácil quanto parece! Por trás de cada sanduíche, há um complexo sistema que você precisa saber administrar: da criação de gado ao gerenciamento da marca, passando pelo abate e pela administração de um restaurante. Você vai descobrir toda a sujeira debaixo do tapete que faz de nós uma das maiores empresas do mundo.

Segundo Alessandro Ludovico, autor do texto “*Molleindustria*, o papel do videogame como um meio político”,¹¹ o *McDonald's Video Game* pretende revelar as conseqüências catastróficas do capitalismo global aplicadas aos alimentos por meio de uma simulação sobre a gestão da cadeia produtiva e de comércio do McDonald. Assim, o jogador pode conhecer as implacáveis engrenagens da indústria do *fast food*, as estratégias necessárias para ganhar mais dinheiro e a simulação das possibilidades de uso de transgênicos e de hormônios – entre outras decisões claramente praticadas na realidade.

Existem diversos jogos desenvolvidos pelo *Molleindustria*. Entre eles, podemos destacar: *Oiligarchy*, *The Free Culture Game* (jogo da cultura livre), *Operation Pedopriest*, *Enduring Indymedia* etc. No *Oiligarchy*, o jogador é convidado a ser o protagonista da era do petróleo: perfurar e explorar reservas em todo o mundo, conquistar políticos corruptos, barrar o uso de energias alternativas e aumentar

⁸ Disponível em: <http://machinima.com/film/view&id=1407>. Acesso em: 20/06/2009.

⁹ Disponível em: <http://molleindustria.org/en/home>. Acesso em: 20/06/2009.

¹⁰ Disponível em: <http://www.mcvideogame.com/game-por.html>. Acesso em: 20/06/2009.

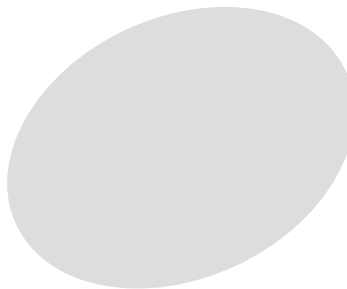
¹¹ Disponível em: http://www.neural.it/art/2007/11/molleindustria_videogame_rules.phtml. Acesso em: 20/06/2009.

a dependência mundial do petróleo. O jogo torna extremamente clara a lógica e a ação da indústria do petróleo e sua ação devastadora sobre o meio ambiente e sobre a sociedade.

The Free Culture Game é um jogo sobre a luta entre a cultura livre e a indústria do *copyright*. O objetivo do jogo é criar o conhecimento comum e defendê-lo do seu controle e aprisionamento pelas corporações privadas. Liberar os consumidores e sua criatividade do domínio do mercado é ação que deve ser executada no jogo. Talvez um dos games mais polêmicos e radicais criados pelo *Molleindustria* tenha sido o Operation Pedopriest, uma vez que, de modo bem-humorado, denuncia os abusos sexuais cometidos pelos padres católicos norte-americanos. No jogo, o Vaticano criou uma força-tarefa para abafar o caso, evitar que os pecadores sejam capturados e levados ao tribunal, de acordo com a lei dos homens. O objetivo do jogador é controlar as operações para prender os pedófilos mesmo diante do código de silêncio imposto pela instituição religiosa. Já no jogo Enduring Indymedia, o jogador toma contato com o caso ocorrido em outubro de 2004, quando o FBI apreendeu os servidores do site de mídia independente, Indymedia. O FBI afirma que a ordem partiu de um pedido do governo italiano e das autoridades suíças, mas não há nenhuma confirmação oficial. O jogo insinua que a apreensão foi determinada pela gestão George W. Bush.

Os jogos podem atrair a atenção das pessoas que não estão acostumadas com debates políticos ou não costumam ter interesse em acompanhar processos deliberativos na esfera pública. Um número crescente de pessoas, principalmente os mais jovens, buscam divertimento com games, que exigem um tipo específico de concentração e de atenção, bem como o desenvolvimento de habilidades cognitivas bem distintas das que mobilizamos quando assistimos a um filme na televisão. Milhões de pessoas no planeta interagem com as narrativas dos games. Nesse sentido, Nick Dyer-Witheford e Greig de Peuter afirmaram que o romance do século XVIII pode ser entendido como um aparato textual que

ajudou a gerar o caráter burguês exigido pelo colonialismo mercantil, mas também foi utilizado para criticá-lo. Do mesmo modo, no século XX, o cinema e a televisão foram parte integrante do mecanismo de consumo industrial e de sua denúncia. Já no século XXI, os



Os jogos podem atrair a atenção das pessoas que não costumam ter interesse em acompanhar processos deliberativos na esfera pública

jogos virtuais são os meios de comunicação exemplares, produzindo o cenário de simulações exigido pelo hipercapitalismo global, mas também para o seu combate e crítica (Dyer-Witheford;Peuter, 2009). Essa nova dimensão textual está sendo incorporada nos debates da esfera pública interconectada.

“A ideologia de um jogo reside nas suas regras”, disse Paolo Pedercini, criador do *Molleindustria*. Ele acredita que os jogos eletrônicos são mais que declarações, pois se tornam mais claros por meio da interação lúdica, engraçada e de interfaces e simulações que traduzem o modo como o mercado capitalista e o poder atuam na sociedade. O videogame pode ser um meio legítimo e de grande potencial para defender uma causa social e envolver pessoas em seu apoio. Alessandro Ludovico acredita que a lição que podemos aprender com os jovens do *Molleindustria* é que a política pode ser divertida e as regras do jogo podem ser usadas como uma língua, desconstruindo as relações de poder.

● **Conclusão: *Molleindustria* e o paradigma do game-ativismo**

Se a indústria audiovisual descobriu os games como grande negócio, os produtores de conteúdo para a mídia de massas e para a web

ainda estão apenas iniciando sua jornada pela estética dos games. Isso também vale para o ativismo político, social e cultural. Todavia, o sucesso de iniciativas como a do *Molleindustria* poderá incentivar seu uso mais intenso pelos ativistas, tal como ocorreu com o uso de redes sociais na política, principalmente a partir da campanha de Barak Obama.

O que denomino game-ativismo pode ser definido como a utilização do game como mídia para a denúncia de fatos, disseminação de propostas, esclarecimento de cenários futuros e para comunicar os cidadãos e envolvê-los em uma causa política, sócio-ambiental e cultural.

O desenvolvimento de games voltados ao ativismo pode ampliar o debate da esfera pública interconectada, pois eles permitem discutir o tema em questão a partir das regras que foram adotadas para a sua montagem. A timidez, insuficiências e exageros do tema podem ficar bem mais claros em um game do que em um texto. Um game pode esclarecer se uma proposição é ou não adequada à sociedade a partir das opções que devem estar

contidas nele. A montagem de um jogo expõe muito mais a estrutura de um dado discurso e sua ideologia. A hipótese de Paolo Pedercini, do *Molleindustria*, de que “a ideologia do jogo está nas suas regras”, pode ser muito importante para fortalecer a deliberação em uma esfera pública que conta com a liberdade de uso dos games para além do entretenimento.

As opções presentes em um jogo virtual podem melhor indicar que os caminhos políticos que foram adotados pelas autoridades ou as atividades de uma grande corporação não eram a única alternativa. As possibilidades de múltiplas trajetórias na flexibilidade narrativa do game se soma ao seu potencial simulador de realidades e pode ter um efeito mais conscientizador nos debates e nas soluções para as questões do nosso cotidiano social. O debate público envolvendo pessoas comuns que formam seus juízos sobre temas de interesse coletivo pode ser melhorado, mais bem exposto e comunicado à medida que assumam os games como uma mídia relevante no sentido do esclarecimento voltado às práticas deliberativas.

Referências

- ABT, C. *Serious Games*. New York: The Viking Press, 1970.
- ANTOUN, H. Democracia, multidão e guerra no ciberespaço. In: PARENTE, A. (Org.). *As tramas da rede*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- BENKLER, Y. *The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom*. Yale: Yale University Press, 2007. Disponível em: http://www.benkler.org/wealth_of_networks/index.php?title=Download_PDFs_of_the_book Acesso em: 01/06/2009.
- DYER-WITHEFORD, N.; PEUTER, G. *Empire@Play: virtual games and global capitalism*. Resetting Theory: rt004. CTHEORY, 2009. Disponível em: <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=608>. Acesso em: 25/09/2009.
- WIKIPÉDIA. *Verbete french democracy*. Disponível em: http://en.wikipedia.org/wiki/The_French_Democracy. Acesso em: 25/09/2009.
- GAMES FOR ENTERTAINMENT AND LEARNING (GEL). Lab at Michigan State University. Disponível em: <http://seriousgames.msu.edu>. Acesso em: 25/09/2009.
- HACKTIVISMO: <http://www.hacktivism.com/news>.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- LEMOS, A. Ciber-cultura-remix. In: ARAÚJO, D. C. (Org.) *Imagem (Ir)realidade: comunicação e cibermídia*. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- LA MOLLEINDUSTRIA. Radical games against the dictatorship of entertainment: <http://www.molleindustria.org>.
- PURDY, J. A. Getting serious about digital games in learning. *Corporate University Journal*, n. 1, 2007. p. 3-6. Disponível em: <http://www.corpu.com/newsletter%5Fwi07/sect2.asp>. Acesso em: 10/04/2009.
- RALEY, R. *Tactical media*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009.
- RHEINGOLD, H. *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa, 2004.
- SAMUEL, A. W. *Hacktivism and the future of political participation*. Tese de doutorado em Ciência Política. Cambridge, Massachusetts, set. 2004.
- SANTAELLA, L. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.
- SMITH, R. *Game impact theory: the five forces that are driving the adoption of game technologies within multiple established industries*. 2006. Disponível em: http://www.ctonet.org/documents/SmithR_GameImpactTheory.pdf. Acesso em: 12/04/2009.
- VEGH, S. Hacktivists or cyberterrorists? The changing media discourse on hacking. *First Monday*, n. 10, v. 7, out. 2002. Disponível em: http://firstmonday.org/issues/issue7_10/vegh/index.html. Acesso em: 12/04/2009.
- _____. Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank. In: McCAUGHEY, M.; AYERS, M. D. (Orgs.). *Cyberactivism: online activism in theory and practice*. New York: Routledge, 2003.
- ZYDA, M. From visual simulation to virtual reality to games. *IEEE Computer*, sept. 2005. Disponível em: <http://gamepipe.usc.edu/~zyda/pubs/Zyda-IEEE-Computer-Sept2005.pdf>. Acesso em: 12/04/2009.