

## **O JOGO DAS FORMAS: O USO DE UMA SOCIOLOGIA VITALISTA PARA O ESTUDO DA SOCIABILIDADE MEDIADA POR JOGOS ONLINE NO CONTEXTO DO BRASIL**

LUCAS TAVARES<sup>1</sup>; PROF. DR. WILLIAM HÉCTOR GÓMEZ SOTO<sup>2</sup>;

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [tavareslucas91@gmail.com](mailto:tavareslucas91@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [william.hector@gmail.com](mailto:william.hector@gmail.com)

### **1. INTRODUÇÃO**

Este resumo é referente a minha pesquisa de doutorado que busca dar continuidade a minha dissertação de mestrado: um estudo sobre interação, jogos digitais e as potencialidades dos jogos online como objeto de pesquisa da Sociologia. Em continuidade a tese busca responder qual a relação entre as formas sociais (SIMMEL, 2006) e o uso dos jogos online pelos jogadores brasileiros. A pesquisa está no seu primeiro ano, em seus primeiros passos mais teóricos e busco aqui reunir os *insights* que tive nesses primeiros meses. Os elementos que proponho pôr em *jogo* são a sociologia formal de Georg Simmel, os jogos online como espaço/meio de interação e a cultura brasileira como formadora e formada por essas interações.

Sobre os *game studies* já existem alguns estudos culturais sobre o tema, porém raramente eles são feitos por sociólogos, mesmo sendo um produto da cultura de massa atual, como bem lembram BERRY ET AL (2014). Para exemplificar a situação da pesquisa no Brasil, FRAGOSO (2017) faz um levantamento sobre as pesquisas do tema separando as áreas do conhecimento em categorias. Ao procurar pelas ciências sociais constatamos que não entramos nem na separação das áreas temáticas. Ao mesmo tempo, relatórios de pesquisa de mercado, como SUPERDATA (2020), categorizam os dados do Brasil como “resto do mundo”. Aqui podemos apontar uma tendência mundial de baixa análise do objeto vindas das ciências sociais e ao mesmo tempo, uma baixa preocupação dos especialistas em olhar para as especificidades do Brasil, mesmo que seja dentro de uma lógica mercadológica.

Um ponto que poderia explicar o motivo da baixa adesão nas pesquisas de jogos digitais no Brasil, seria uma baixa aderência dos brasileiros à prática de jogar. Em uma consulta de mercado de nível nacional a empresa GOGAMERS (2021) apresenta resultados sobre o consumo de jogos no Brasil informando que 72% dos brasileiros têm o hábito de jogar e mais da metade desse público é de pessoas acima de 24 anos de idade, indo contra o senso comum de que jogar é uma prática isolada ou reservada somente às crianças e adolescentes.

Esses dados contrariam a ideia inicial e justificam a relevância da pesquisa, mostrando um campo que foge das projeções do senso comum. Não passa despercebido o fato de que esses dados podem estar servindo ao mercado mais do que à neutralidade científica e que essa uma prática massiva o suficiente para existir uma indústria que contabiliza sucesso e fracasso com sinônimo de número de vendas, um grande reflexo do sistema capitalista onde está inserido, existindo a necessidade de analisar o tema por fora da lógica monetária.

Além disso, sobre a situação do mercado de games no Brasil, FRAGOSO (2017) informa que a alta tributação torna o valor dos jogos pagos impossível para uma grande parcela da população. Segundo a autora esse é um fator que pode

levar à prática da pirataria, o que impede que se tenha uma real proporção dos usos e de número real de acessos através das pesquisas de mercado.

A pirataria, na intensidade que acontece, é um indicativo de que há uma relação diferente entre jogos e jogadores no Brasil do que no “resto do mundo” e que vale a pena ser investigada nesta pesquisa. Este *insight* de relacionar o uso dos jogos e as especificidades da cultura brasileira veio também do reconhecimento de campo da dissertação. A proposta de pesquisa que apresento inverte o foco do sistema de classificação já existente nos colocando no centro da nossa própria análise.

## 2. METODOLOGIA

Na dimensão dos jogos digitais, BERRY ET AL (2014) fazem um inventário de produções que envolvem o tema para fechar um conjunto de definições que fazem sentido ou não de serem incorporadas em pesquisas. Um item que chama atenção é o caráter simbólico das ações que os jogadores fazem ao jogar, os autores acreditam que essas práticas precisam ser analisadas por alguém que compreenda esses significados, que seja participante dessa cultura. Os autores também afirmam que os estudos, dos quais, tratam os jogos online somente como um sistema de regras, falham em não analisar o que os jogadores realmente fazem nesses espaços. Os outros tipos de estudo são etnografias pontuais que dão conta da dimensão da ação, mas não da sua diversidade.

A metodologia definida para essa pesquisa é de tipo qualitativa e a pesquisa de campo pretende utilizar entrevistas semiestruturadas, como técnica para obter informações presentes na fala dos interlocutores, de maneira que possibilite articular ambas, objetividade do estudo e liberdade no relato dos informantes, como afirma MINAYO (2001) existir essa necessidade. Aliada a isso, também, uma técnica de observação participante que consiste no “contato direto do pesquisador com o fenômeno observado para obter informações sobre a realidade dos atores sociais em seus próprios contextos” (MINAYO, 2001, p.59).

A importância do uso de uma metodologia como a observação participante após a coleta de dados das entrevistas é justificada no fato de que em contato com o campo foi possível perceber, de maneira preliminar, uma dinâmica de desordem e reações rápidas movidas a emoções, o que caracteriza, em certos pontos, uma não racionalidade no momento da ação, devido a velocidade que muitas vezes ocorrem esses acontecimentos. Através dessa ferramenta é possível “captar uma variedade de situações ou fenômenos que não são obtidos por meio de perguntas, uma vez que, observados diretamente na própria realidade, transmitem o que há de mais imponderável e evasivo na vida real” (MINAYO, 2001, p.60). Outro ponto a ser considerado é que a interação nesse tipo de mídia digital é o cerne do seu funcionamento, como também confirmam BERRY ET AL (2014), já que o mesmo não existe sem uma ação recíproca. Utilizando então a observação participante como um complemento das entrevistas, para confirmar se aquilo que falam é o que realmente fazem, concluindo a dualidade fala-prática do discurso.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O objeto da presente pesquisa são jogadores independentemente das plataformas que utilizam, suas interações e o uso que fazem dos jogos. A delimitação do objeto de maneira ampla é uma estratégia que tenta englobar a maior diversidade possível dessas formas de uso. Já que, segundo VARELLA (2020), esse campo sofre de uma segmentação devido a, muitas vezes, não-integração entre elas, do qual dependem da filosofia da empresa e sua lógica de mercado.

Os jogos selecionados até então são *Free Fire*, *League of Legends* e *Fortnite* e foram selecionados pela grande porcentagem de público que movimentam e pela sua característica *crossplataform*, onde jogadores jogam juntos mesmo executando o título de plataformas diferentes. Os títulos escolhidos determinam o campo, tanto dentro das possibilidades reais de realização quanto também aumentam a possibilidade de encontrar diferentes estilos de jogadores, já que tanto BERRY ET AL (2014) quanto YEE (2006) e segundos os dados coletados na pesquisa anterior confirmam a relação das oposições “regra do jogo” e “ação jogador”.

Enquanto *Fortnite* e *Free Fire* são dois jogos do gênero *Battle Royale*, o primeiro é multiplataforma e concentra jogadores com condições materiais diferentes do que aqueles que preferem, ou só tem acesso, ao segundo mais acessível de maneira massiva. Por último, *League of Legends*, outro título bastante acessado, também oportuniza interações de cooperação e competição, mas em uma dinâmica que não envolve tiros e sim a defesa de torres. A diversidade de ações que possam ser possibilitadas pelos títulos incluídos na pesquisa é uma importante característica devido à baixa incidência dessa técnica em demais pesquisas, segundo VAHLO (2017).

A inclusão de diferentes plataformas na análise é necessária, não somente pela presença de diversidade dos públicos, como também é relevante pois tem capacidade de gerar identificação e identidade nos jogadores, como visto em pesquisas anteriores. A diversidade entre os títulos não deve ser um problema e sim uma solução onde estou buscando padrões que são repetidos e que devem independender dos seus títulos.

#### 4. CONCLUSÕES

Sobre a contribuição da Sociologia para o tema, o título revela dois conceitos base dentro da construção da sociabilidade em SIMMEL (2006), Forma e Conteúdo. De acordo com ele, o movimento que constitui a unidade da sociedade começa pelas interações entre os indivíduos, movidas pelos impulsos da vida, aumentando em sentido para relações mútuas e mais complexas e evoluindo, por fim, para verdadeiras “Formas”. Se Simmel acredita que a cultura se expressa de maneira prática através da interação, de acordo com DO CARMO MIRANDA (2017), que ela é visível no momento da ação recíproca é nesse momento que precisamos observar as formas que essa ação está apresentando. É através das interações que podemos identificar as formas introjetadas na cultura, justificando a análise do padrão que se repete no cotidiano e na metodologia participativa.

Sobre a delimitação do objeto no espaço, PINK ET AL (2016) defendem a ainda relevância da localidade onde os eventos acontecem já que este é um ponto importante na criação do contexto desses indivíduos envolvidos, assim como a importância desse contexto já que não existe uma separação entre o real e o digital, sendo ambos interdependentes. Mais uma razão para continuar

explorando as relações entre o social e os ambientes digitais de interações.

No estudo dos autores BERRY ET AL (2014), estes comentam sobre a necessidade de ligar as práticas dos jogadores nos jogos de volta ao seu contexto social. Contexto ligado à cultura construída pelo tempo, já que em SIMMEL (2006) as formas formam os indivíduos e também são formadas por eles. Os jogos como sistemas de regras tem suas limitações impostas, mas não significa que vão ser seguidas do mesmo jeito por todos os envolvidos. Os jogadores adaptam as regras para a realidade em que estão inseridos. Por isso que acredito que as formas sociais, os jogos online e a cultura brasileira sejam uma combinação interessante de avaliar como se relacionam através dos meios digitais. A pesquisa está em seu momento mais inicial, porém continuo vendo lógica nas associações utilizadas até então que pude trazer nesse resumo.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERRY, V. et al. Playing styles. The differentiation of practices in online video games. In **Bourdieu and Data Analysis. Methodological Principles and Practice**. Peter Lang, p.165-180, 2014.

DO CARMO MIRANDA, G. M. Simmel e os Caminhos para o desenvolvimento de uma sociologia vitalista. **Norus: Novos Rumos Sociológicos**, v. 5, n. 7, p. 40-64, 2017.

FRAGOSO, S. **Desafios da pesquisa em games no Brasil. Metagame: panoramas dos game studies no Brasil**. São Paulo: Intercom, p. 15-41, 2017.

GOGAMERS. S. G. Pesquisa Game Brasil. 8. ed. Report Gratuito. São Paulo, 2021.

MINAYO, M. C. S. (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

PINK, S. et al. **Digital ethnography: Principles and practice**. SAGE, 2016.

VAHLO, J. et al. Digital game dynamics preferences and player types. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 22, n. 2, p. 88-103, 2017.

VARELLA, J. **Videogame, a Evolução da Arte**. São Paulo: Lote 42, 2020.

SIMMEL, G. **Questões fundamentais da sociologia: indivíduo e sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

YEE, N. Motivations for play in online games. **CyberPsychology & behavior**, v. 9, n. 6, p. 772-775, 2006.