

Consumo simbólico em jogos digitais: um modelo de análise

Symbolic consumption in digital games: an analysis model

Consumo simbólico en juegos digitales: un modelo de análisis

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-58442023117pt>

Flávia Garcia de Carvalhoⁱ

📧 <https://orcid.org/0000-0003-1594-6088>

Inesita Soares de Araujoⁱⁱ

📧 <https://orcid.org/0000-0001-6927-5430>

Marcelo Simão de Vasconcelosⁱⁱⁱ

📧 <https://orcid.org/0000-0002-2915-747X>

ⁱ (Fundação Oswaldo Cruz, Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio. Rio de Janeiro – RJ, Brasil).

ⁱⁱ (Fundação Oswaldo Cruz, Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, Laboratório de Comunicação e Saúde. Rio de Janeiro – RJ, Brasil).

ⁱⁱⁱ (Fundação Oswaldo Cruz, Centro de Desenvolvimento Tecnológico em Saúde. Rio de Janeiro – RJ, Brasil).

Resumo

O artigo apresenta o Modelo de Análise do Consumo Simbólico em Jogos Digitais, desenvolvido com aportes teórico-metodológicos da Semiologia dos Discursos Sociais, dos Estudos de Jogos e do Modelo de Comunicação como Mercado Simbólico. A partir do estudo da produção de sentidos por jogadores em jogos digitais de entretenimento, a elaboração do modelo considerou e desenvolveu a ideia de que o consumo simbólico resulta de uma sucessão de movimentos articulados que vão da recepção *stricto sensu* à apropriação. Desenvolvido e aplicado em uma pesquisa que enfocou o consumo de sentidos de

saúde, o modelo permitiu não só evidenciar as redes de sentidos, mas também que essas redes entrelaçam discursos da vida física com a virtual e que as diferentes maneiras com que os sentidos são consumidos variam conforme os diferentes contextos e formas de envolvimento do jogador. O desenvolvimento metodológico permitiu a elaboração de categorias analíticas para o estudo do consumo simbólico.

Palavras-chave: Comunicação. Consumo simbólico. Análise de discursos. Jogos digitais. Modelo de análise.

Abstract

The article presents the Analysis Model of Symbolic Consumption in Digital Games, developed with theoretical and methodological contributions from the Semiology of Social Discourses, Game Studies and the Communication Model as a Symbolic Market. From the study of the production of meanings by players in digital entertainment games, the elaboration of the model developed the idea that symbolic consumption results from a succession of articulated movements ranging from reception *sensu stricto* to appropriation. Developed and applied in research that focused on the consumption of meanings of health, the model allowed not only to highlight the networks of meanings, but also that these networks intertwine discourses of physical and virtual life and that the different ways in which the senses are consumed vary according to different contexts and forms of player involvement. The methodological development allowed the creation of analytical categories for the study of symbolic consumption.

Keywords: Communication. Symbolic consumption. Discourse analysis. Digital games. Analysis model.

Resumen

El artículo presenta el Modelo de Análisis del Consumo Simbólico en los Juegos Digitales, desarrollado con aportes teórico-metodológicos de la Semiología de los Discursos Sociales, de los Estudios de Juegos y el Modelo de Comunicación como Mercado Simbólico. A partir del estudio de la producción de significados sentidos por parte de los jugadores en los juegos de entretenimiento digital, la elaboración del modelo consideró y desarrolló la idea de que el consumo simbólico resulta de una sucesión de movimientos articulados que van desde la recepción *stricto sensu* hasta la apropiación. Desarrollado y aplicado en una investigación que se centró en el consumo de sentidos de la salud, el modelo permitió no solo resaltar las redes de significados sentidos, sino también que estas redes entrelazan discursos de la vida física y virtual y que las diferentes formas en que se consumen los sentidos se consumen varían según los diferentes contextos y formas de participación del jugador. El desarrollo metodológico permitió la elaboración de categorías analíticas para el estudio del consumo simbólico.

Palabras clave: Comunicación. Consumo simbólico. Análisis del discurso. Juegos de video. Modelo de análisis.

Introdução

Estudar o ciclo produtivo dos sentidos, em sua permanente dinâmica, requer um concomitante desenvolvimento metodológico, a partir de objetos empíricos emergentes e diferentes aportes teóricos. Novas mídias acrescentam novos desafios à análise, que se acentuam

no caso dos jogos digitais, particularmente devido à sua especificidade como mídia e à sua constante e acelerada transformação. Com este artigo, objetivamos apresentar o *Modelo de Análise do Consumo Simbólico de Jogos Digitais*, desenvolvido e aplicado na tese de doutorado “*Health é vida? Consumo simbólico em jogos digitais de entretenimento*” (CARVALHO, 2020), que enfocou o consumo de sentidos de saúde, estudando jogos digitais de entretenimento. Consideramos a premissa de que esses jogos, que recebem os maiores investimentos e são distribuídos para grandes mercados por todo o globo, são produtos culturais relevantes, produtores de sentidos, que disputam lugar no imaginário e na prática social.

O trabalho que possibilitou a criação do Modelo do Consumo Simbólico em Jogos Digitais teve início na dissertação de mestrado “*Sentidos da saúde em jogos digitais*” (CARVALHO, 2016), quando estudamos a produção de sentidos de saúde nos jogos de sucesso de público e crítica *BioShock* e *Deus Ex: Human Revolution*. A compreensão de que, no processo de comunicação, os sentidos são produzidos, circulam e são consumidos por interlocutores (ARAUJO, 2002) conduz a uma perspectiva analítica multidimensional, que pode focar particularmente os movimentos específicos desse processo. Assim, na pesquisa de mestrado estudamos os sentidos de saúde pela perspectiva analítica da produção, realizando uma análise do dispositivo dos jogos por meio de sessões de jogo executadas pela pesquisadora, que simultaneamente esteve investida do lugar de jogadora (CARVALHO; ARAUJO; VASCONCELLOS, 2018). A análise revelou esses jogos como um rico e elaborado espaço para a produção de sentidos de saúde, que podem emergir tanto de aspectos ficcionais quanto das regras e mecânicas de jogo, em um funcionamento entrelaçado e complementar (CARVALHO, 2016).

Dando continuidade a esse trabalho, na pesquisa de doutorado a perspectiva analítica se deslocou para o consumo simbólico, fazendo entrar em cena o jogador, como parte tão importante para o circuito produtivo de sentidos quanto o dispositivo dos jogos, ou talvez até mais importante, se lembrarmos que, sem pelo menos um jogador, não há como um jogo acontecer (CARVALHO, 2020). Optamos por analisar o consumo de sentidos de saúde por jogadores por meio do desenvolvimento de um percurso metodológico que, testado, resultou na construção do *Modelo de Análise do Consumo Simbólico em Jogos Digitais*. Neste artigo, além de apresentarmos o modelo, tratamos de sua construção teórico-metodológica.

O *Modelo de Análise do Consumo Simbólico em Jogos Digitais* considera a relação do jogador com o jogo uma relação comunicacional. Sua fundamentação situa-se no campo da Comunicação, combinando aportes teórico-metodológicos da Semiologia dos Discursos Sociais com uma apropriação do campo mais recente dos Estudos de Jogos (também conhecido como *Game Studies*, em inglês), que embasaram as características específicas dos jogos a serem consideradas.

A abordagem da Semiologia dos Discursos Sociais se refere à apresentada por Pinto (1994), que formula seus três postulados: o da *semiose infinita* nos faz entender que qualquer objeto pode ser dotado de sentidos, funcionando como o ponto de cruzamento de diversas cadeias de interpretantes que remetem uns aos outros de maneira infinita, conformando uma grande rede de sentidos; o da *heterogeneidade enunciativa* se contrapõe à ideia da unicidade do sujeito como

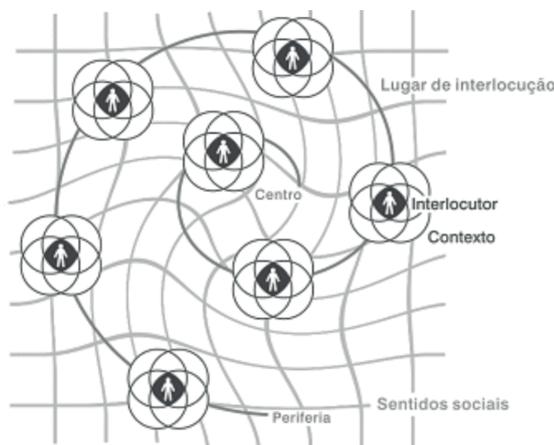
autor empírico de um texto, pois o sujeito não é uma fonte do sentido, mas um ponto de passagem na circulação do sentido dentro da rede das práticas discursivas; por sua vez, o *postulado da economia política do significante* nos lembra que todo objeto é um fenômeno cultural produzido em um dado contexto histórico, que “deve ser estudado como um fenômeno de comunicação fundado sobre a produção/circulação/ consumo de sentido” (PINTO, 1994, p. 16).

Nos Estudos de Jogos, optamos por um referencial de estudos multidisciplinares onde se encontram interseções com a Comunicação, mas que se diferencia da pesquisa em outras disciplinas por situar os jogos e a atividade de jogar como tema central e não somente como meros exemplos (FRAGOSO; AMARO, 2018). Pelos Estudos de Jogos, entendemos o desafio de se estudar os jogos não somente como objetos, mas como processos que só ocorrem com a participação dos jogadores (AARSETH, 2001). Pelo conceito de retórica procedimental de Bogost (2007), percebemos como, através das regras e mecânicas de jogo, esta retórica corresponde à forma de produção de sentidos mais específica dos jogos. Esse conceito complementa o olhar mais voltado para os jogos digitais de Juul (2005), que explica que os jogos modernos são feitos de mundos ficcionais e regras reais. Enquanto suas regras existem no “mundo real”, são objetivas e obrigatórias, o ambiente e a narrativa do jogo são completamente fictícios.

Elementos teóricos do modelo

A partir daqui, apresentaremos as partes que compõem o modelo, privilegiando sua fundamentação teórica, até chegarmos na representação visual do modelo completo. Iniciamos, porém, apresentando outro modelo do qual nos apropriamos, o *Modelo da Comunicação como Mercado Simbólico*, de Araujo (2002, 2004), que articula postulados e abordagens da Semiologia dos Discursos Sociais e foi a principal fonte das bases teóricas da nossa proposta analítica (Figura 1).

Figura 1 – Modelo da Comunicação como Mercado Simbólico



Fonte: Araujo (2004, p. 173).

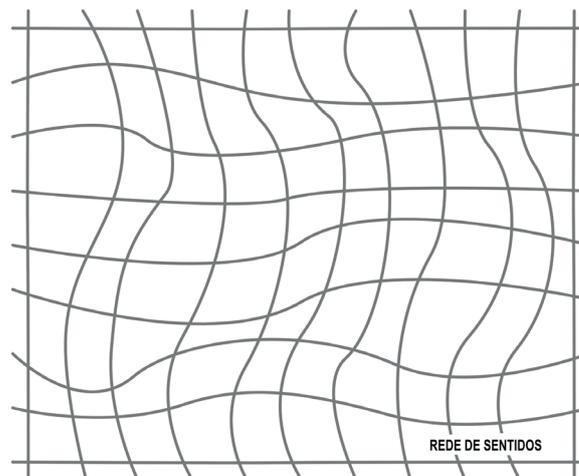
Um dos fundamentos deste modelo está na obra de Verón (1993) que, em sua teoria do sentido, considera este como fruto de um sistema produtivo constituído por uma articulação entre produção, circulação e consumo. Para o autor, uma teoria da produção social dos sentidos não poderia limitar-se a um estudo somente sobre a produção, sob pena de não ser possível compreender o processo de semiose social.

Articulando esses e outros elementos conceituais já existentes em outros quadros teóricos (particularmente advindos da obra de Bourdieu, Foucault, Maingueneau e Barbero), Araujo (2002, p. 288) conclui que

A comunicação opera ao modo de um mercado, onde os sentidos sociais – bens simbólicos – são produzidos, circulam e são consumidos. As pessoas e comunidades discursivas que participam desse mercado negociam sua mercadoria – seu próprio modo de perceber, classificar e intervir sobre o mundo e a sociedade – em busca de poder simbólico, o poder de constituir a realidade.

A partir do *Modelo da Comunicação como Mercado Simbólico*, vamos agora destacar um de seus elementos para iniciar a apresentação das partes que constituem o novo modelo que estamos propondo neste artigo. Na Figura 2, o desenho representa a rede de sentidos, onde os sentidos sociais são produzidos, circulam e são consumidos (no caso específico que tratamos, durante a interação entre jogador e jogo), como “uma malha de fios, cujo traçado ondulante busca caracterizar a contínua transformação dos sentidos, em seu processo de circulação.” (ARAUJO, 2004, p. 170). Esta rede cria ligações entre todos os demais elementos que serão apresentados adiante.

Figura 2 – Rede de sentidos sociais



Fonte: elaboração dos autores.

Voltando ao *Modelo da Comunicação como Mercado Simbólico*, este opera sobre a pressuposição de que a comunicação se realiza por fluxos contínuos e multidirecionais de informações e saberes entre interlocutores, sendo estes fluxos determinados por diferentes contextos, vistos como conjuntos de variáveis que possibilitam, de maneira articulada, a existência de um texto ou de um discurso (ARAUJO, 2002, 2004, 2009). A autora elege quatro contextos como mais relevantes:

- i. o *contexto existencial* diz respeito à constituição dos interlocutores como pessoas no mundo: sua história de vida, gênero, classe, idade, identidade de grupo etc. Não obstante ser próprio de cada interlocutor, é socialmente construído;
- ii. o *contexto textual* trata da relação de contiguidade entre textos na mesma superfície espacial ou temporal. A posição de um texto em relação aos que lhe são próximos é parte das condições de produção dos sentidos;
- iii. o *contexto intertextual* é constituído pelas relações dialógicas entre textos, como o anterior, mas que não dependem da proximidade física ou temporal. O intertexto varia com o conhecimento e a experiência de cada interlocutor, estabelecendo-se assim uma articulação entre o contexto existencial e o intertextual e ampliando-se as possibilidades da polissemia dos textos;
- iv. o *contexto situacional* referencia o lugar social do qual os interlocutores falam e participam da disputa de sentidos, no momento da interlocução. O lugar social define em grande medida o direito de uma pessoa falar e ter sua fala considerada legítima.

Para a elaboração do *Modelo de Análise do Consumo Simbólico em Jogos Digitais*, foi feita uma adaptação desta tipologia de contextos. O *contexto textual* desaparece, pois consideramos que durante uma sessão de jogo, os jogadores estão imersos em um ambiente virtual onde os textos contíguos que surgem estão no interior do próprio jogo. Assim, consideramos que o jogo abrange todos os textos contíguos.

Quanto ao *contexto situacional*, em seu cerne pode ser percebida uma especificidade a se destacar na relação entre jogadores e jogo, mas que por sua importância recebeu também o estatuto de contexto: o *contexto tecnológico*, uma contribuição do trabalho de Vasconcellos, Carvalho e Araujo (2017), para o qual esse contexto designa os fatores relacionados à tecnologia que influenciam a experiência do jogo, como as características técnicas do equipamento utilizado, os periféricos para interação, o uso de códigos, entre outras funcionalidades (Figura 3).

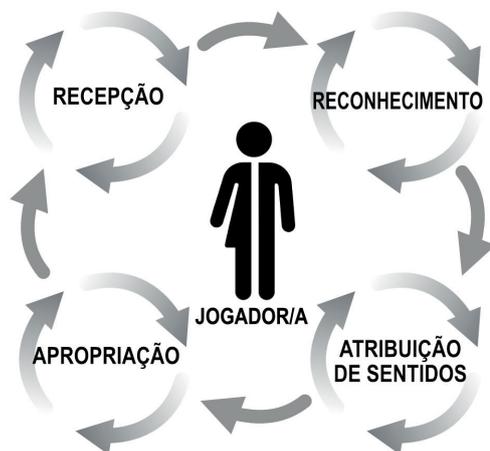
Figura 3 – Os contextos do/da jogador/a



Fonte: elaboração dos autores.

Enquanto estão em interlocução, os jogadores consomem sentidos em um processo resultante de quatro movimentos articulados: a *recepção*, o *reconhecimento*, a *atribuição de sentidos* e a *apropriação*¹ (Figura 4).

Figura 4 – Movimentos do processo de consumo de sentidos



Fonte: elaboração dos autores.

¹ A percepção do consumo simbólico (um dos polos do sistema produtivo da comunicação) como resultante de uma sucessão de movimentos articulados que vai da recepção (movimento inicial) à apropriação (movimento final), tem sido uma ideia defendida por Inesita Araujo em aulas e processos de orientação acadêmica, assim como sua aplicação metodológica em pesquisas, e está consolidada na metodologia que resultou de seu pós-doutorado, ainda não publicada.

Para nossos fins, o conceito de *recepção* não corresponde à abordagem dominante na área dos chamados “estudos de recepção”. Aqui, “recepção” refere-se tão somente ao movimento inicial do consumo de sentidos pelos interlocutores, equivalendo ao primeiro momento de contato das pessoas com os textos que lhes são destinados. No caso dos jogos, esse é o momento em que os jogadores entram em contato com o jogo. Nesse movimento de recepção de um jogo, a articulação entre os contextos existencial, situacional e tecnológico assume relevância, pois os jogadores estarão condicionados por suas preferências, pela sua motivação para jogar e por sua relação com dispositivos tecnológicos.

No movimento de *reconhecimento* ocorre a validação e aceitação dos enunciados com a interferência sensível do intertexto, condicionando os sentidos pelo acionamento da bagagem de experiências e conhecimento prévio dos interlocutores jogadores. Este movimento é codeterminado, então, de forma mais acentuada, pelos contextos intertextual e existencial. As tentativas dos jogadores de atribuir um gênero a um jogo ou de compará-lo a outros jogos evidenciam a intertextualidade no reconhecimento, associada também aos gostos e à experiência dos jogadores².

O movimento de reconhecimento é consolidado pelo de *atribuição de sentidos* pelos interlocutores aos discursos recebidos e reconhecidos, seus temas e objetos, ação que configura o terceiro movimento. Contrariamente à ideia de significado imanente ao código, consideramos que os sentidos não são pré-constituídos, mas sim conformados no processo discursivo, nas relações sociais, modelados pelos contextos (PINTO, 1994). Nos jogos, a atribuição de sentidos ocorre não apenas no conteúdo textual e visual do jogo, mas também no contato com suas regras de funcionamento. Os contextos existencial e situacional são chaves nesta fase. Os lugares de interlocução que os jogadores podem ocupar ao jogar são determinantes da forma com que ocorre este movimento.

Por último, é no movimento de *apropriação* que os interlocutores, pessoas e grupos sociais tornam próprios os bens simbólicos que lhes são ofertados. Tornar algo próprio é converter o que foi recebido em saberes e práticas, tendo a possibilidade de incorporá-lo na própria vida (ARAUJO, 2009). A apropriação figura como o movimento final do processo de consumo, como um momento em que os interlocutores incorporam os sentidos em suas próprias práticas discursivas. Se destacam aqui os contextos existencial e intertextual codeterminando a apropriação de sentidos pelos jogadores. Os movimentos anteriores são também condições de apropriação. Mesmo que de forma não estanque, cada movimento determinará o movimento seguinte, por ser parte das suas condições de consumo de sentidos. Nelas, consideramos o papel ativo dos interlocutores como produtores de sentidos e não como um repositório que meramente acolhe os textos que lhes são destinados.

2 Os gêneros podem ser vistos além de uma forma de agrupar obras que guardam semelhanças entre si, sendo compreendidos como estratégia de comunicabilidade, um fato cultural permeando entre as lógicas do sistema produtivo e a lógica dos usos (MARTÍN-BARBERO, 2009). Para nossos fins, a noção é tomada como mais uma forma pela qual os jogadores reconhecem os jogos.

Para considerar os jogos digitais no modelo, foi fundamental buscar o aporte teórico dos Estudos de Jogos. Uma das bases foi a formulação de Juul (2005), segundo o qual jogos são constituídos de *mundos ficcionais* e *regras reais*.

Figura 5 – Jogos digitais



Fonte: elaboração dos autores.

Enquanto suas regras existem no “mundo real”, são objetivas e obrigatórias (perder o jogo, por exemplo, é um evento do mundo real), o ambiente e a narrativa do jogo são fictícios. Nesta combinação, o aspecto ficcional contextualiza as regras, que de outro modo seriam por demais abstratas, enquanto as regras levam os jogadores a perceberem e experimentarem o funcionamento do mundo ficcional (JUUL, 2005). Adotamos a noção de Lévy (1996) de que o real não se opõe ao virtual. Por isso, quando tratamos dos mundos dos jogos como mundos virtuais, esta categoria não exclui a dimensão real desses mundos que, segundo Juul, se manifesta nas regras dos jogos.

Para Juul (2005), a presença das regras é obrigatória para que algo seja chamado de jogo, enquanto é possível que um jogo não tenha um mundo ficcional e continue sendo chamado de jogo. Entretanto, a maioria dos jogos digitais modernos apresentam ao jogador mundos ficcionais, por vezes chamados de “ambientação” (*setting*). O autor explica que, para que o jogo faça sentido enquanto jogo, as regras devem ser obrigatórias, claras e objetivas, mas que o mundo ficcional muitas vezes é atrativo por ser opcional, ambíguo, contraditório e incoerente. O mundo ficcional pode influenciar a maneira com que o jogador compreende as regras, dando pistas sobre como estas funcionam ou reforçando suas mensagens através da ficção. Ao mesmo tempo, embora regras e ficção possam ser formalmente separadas, a experiência do jogador durante um jogo é determinada pelas duas ao mesmo tempo.

Um conceito que valoriza essa dimensão real dos jogos é o de retórica procedimental de Bogost (2007), que o apresenta como a forma mais específica, também mais potente, de produção de sentidos em jogos. Combinando as formulações dos dois autores, a retórica procedimental seria a produção de sentidos ativada a partir da dimensão real de um jogo, ou seja, a partir da relação do jogador com as regras, mecânicas e procedimentos estabelecidos pelo jogo. Apesar de não serem conceitos recentes, insistimos em destacá-los, para que as especificidades dos jogos

não sejam apagadas pelo apelo de seus mundos ficcionais, que são mais facilmente reconhecidos por serem explorados por outras mídias consideradas tradicionais, como a literatura e o cinema.

Elementos metodológicos do modelo

Para que pudéssemos experimentar a proposta analítica do modelo, delimitamos e analisamos um *corpora*. Chamamos de *corpora* por não ter sido formado um *corpus* homogêneo, mas um *corpora* composto por um conjunto de *corpus* de naturezas distintas.

No exemplo de nossa pesquisa envolvendo jogadores de *BioShock* e *Deus Ex: Human Revolution*, o *corpora* foi formado por textos produzidos por jogadores, separados em três tipos diferentes: um *corpus* formado pelo texto produzido em uma análise dos jogos realizado por uma pesquisadora na dupla posição de jogadora e analista (doravante analista-jogadora)³; um *corpus* constituído por vídeos de jogadores publicados no YouTube; um *corpus* formado por entrevistas com jogadores. Percebemos que é importante que o *corpora* seja constituído por uma diversidade de tipos de *corpus* para que a análise de cada um possa nos dar acesso aos quatro movimentos do consumo simbólico, cuja ênfase será diferenciada, pela própria diferença da natureza dos textos.

A análise de dispositivo de jogo do primeiro *corpus* nos colocou em contato principalmente com os movimentos de *recepção* e *reconhecimento* próprios dos contextos da analista-jogadora, que se muniu de instrumentos teóricos e metodológicos para jogar e analisar. Desta análise, emergiram parâmetros para a formulação de *eixos operatórios temáticos*, que foram aplicados na análise seguinte.

A análise do *corpus* formado por registros de vídeos de jogadores publicados no YouTube, além de nos ter colocado em contato com os movimentos de *recepção* e *reconhecimento* em novos contextos, possibilitou uma maior ênfase no movimento de *atribuição de sentidos*. O pressuposto metodológico é de que a análise desses vídeos permite adentrar o estudo do consumo semiológico através da observação da atribuição de sentidos pelos próprios jogadores, pois nos vídeos há o registro dos jogadores simultaneamente jogando e narrando. Aqui, levamos em consideração também que esses vídeos fazem parte de uma modalidade enunciativa própria de conteúdos criados para o YouTube, que pretendem atrair e entreter um público. Os vídeos publicados no YouTube foram escolhidos por terem sido identificados como um tipo de vídeo relevante entre as práticas sociais envolvendo jogos digitais.

O terceiro *corpus* resultou das entrevistas com jogadores, orientadas por um roteiro não estruturado que foi enriquecido com resultados das análises dos dois *corpus* anteriores. A escolha desse *corpus* baseou-se no pressuposto de que, falando sobre o tema e o objeto fora do

3 A referida análise foi realizada em uma pesquisa de mestrado, onde a pesquisadora jogou e analisou o dispositivo dos jogos como texto, tendo como fundamento teórico a perspectiva da produção social dos sentidos. Mais detalhes sobre essa análise foram publicados em *A saúde em jogos de entretenimento: análise da produção de sentidos em dois jogos digitais* (CARVALHO; ARAUJO; VASCONCELLOS, 2018).

momento em que estão jogando, os jogadores tendem a mostrar marcas dos sentidos que já se sedimentaram em algum nível, assim nos dando acesso ao movimento de *apropriação*.

Um suporte teórico-metodológico da nossa elaboração está no referencial da Análise de Discursos, entendida como a atividade de “descrever, explicar e avaliar criticamente os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos” (PINTO, 2002, p. 11) vinculados a produtos culturais em uma sociedade.

Diante da grande diversidade de enfoques da Análise de Discursos, optamos pela abordagem de Pinto (2002), que aponta para uma análise dependente de contextos; que é crítica no sentido filosófico; ciente da opacidade do texto e da presença de forças que o moldam; não focada na interpretação de conteúdo; que trabalha comparativamente; que não usa técnicas estatísticas na comparação; e que trabalha com marcas formais tal como elas se apresentam na superfície textual sem recorrer a traduções.

De acordo com essa perspectiva, produtos culturais são tomados como textos, que são formas empíricas do uso de qualquer linguagem, incluindo a verbal (oral ou escrita), a visual e/ou outros sistemas semióticos que estão em funcionamento no interior de práticas sociais. Ao observar tais textos, considerando-os parte de práticas sociais inseridas em contextos (condições de produção), ganhamos a capacidade de analisar textos como discursos (PINTO, 2002).

Discurso e texto, tanto quanto referentes materiais, são conceitos teóricos com valor metodológico. Fundamentados em Verón (2004), podemos dizer que “texto” designa um conjunto de matérias significantes; por sua vez, “discurso” pode ser entendido como um conjunto de textos, situados em tempos e contextos específicos, sendo que a noção confere centralidade à ideia de produção social de sentidos. No plano empírico, para se analisar discursos, é preciso analisar seus textos, que são “aqueles objetos que tiramos do fluxo da circulação de sentido e que tomamos como ponto de partida” (VÉRON, 2004, p. 71) para proceder a uma análise discursiva. O texto não se limita à escrita, sendo um conjunto de enunciados que pode incluir uma grande variedade de matérias significantes.

De acordo com Verón (2004), o analista deve se interessar pelas leituras que tiveram como objeto um determinado discurso, pelos seus efeitos de sentido ou, analiticamente falando, pelas gramáticas de consumo. Essas gramáticas são formadas por um conjunto de regras que descrevem operações. O trabalho do analista consiste em reconstituir tais gramáticas partindo dos conjuntos significantes selecionados e descrever operações discursivas.

Para a análise do *corpora*, trabalhamos sobre marcas em sua superfície textual seguindo Verón (2004), que aponta que o trabalho do analista consiste em reconstituir gramáticas (de produção ou de consumo) partindo dos conjuntos significantes selecionados e descrever operações discursivas. As marcas não se limitam às linguísticas, mas envolvem unidades mais amplas e não homogêneas. O desafio do analista está em conseguir detectar os traços de operações discursivas e chegar às suas condições de produção, desvelando os mecanismos discursivos que organizam a prática social. Cabe-lhe, então, fazer a opção por um conjunto de marcas textuais que indicam a existência de tais traços (VERÓN, 2004).

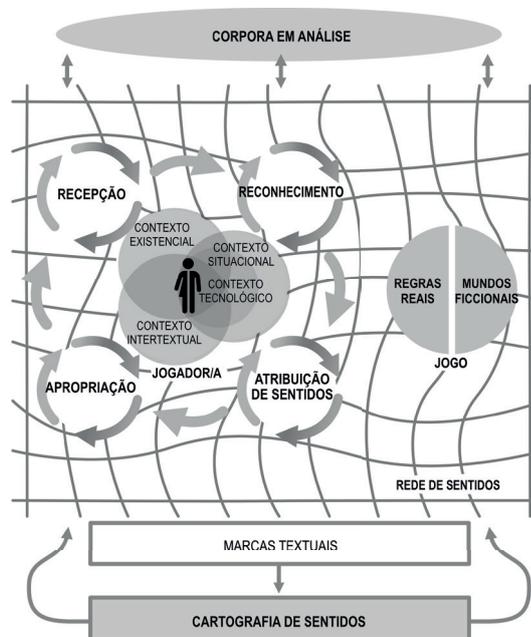
Não nos deteremos no tema das marcas, por não ser objetivo deste artigo, apenas indicamos que as marcas que ganharam importância na nossa análise foram da ordem das palavras plenas e dos verbos (relacionados às ações no jogo) (MAINGUENEAU, 1997), e de formas do silêncio (ORLANDI, 2007).

O trabalho sobre as marcas no texto esteve presente em toda a análise e foi uma das bases para a construção de mapas como parte do processo analítico. O processo de análise e de produção do modelo incluiu vigorosamente a representação visual dos achados na forma de mapas. No entanto, mais que uma representação visual de resultados, as criações visuais se constituíram como uma forma própria de análise, cujo produto – os mapas – foram contribuindo simultaneamente para a percepção de semelhanças e desvios na comparação dos achados específicos do *corpora*. A análise, assim, foi tecida como uma cartografia, pela construção sucessiva de mapas de consumo simbólico.

Representação visual do Modelo de Análise do Consumo Simbólico em Jogos Digitais

O *Modelo de Análise do Consumo Simbólico em Jogos Digitais* tem sua representação visual completa (Figura 6), tendo em cada parte de seu desenho uma representação de um princípio teórico ou do percurso metodológico apresentado.

Figura 6 – Modelo de Análise do Consumo Simbólico em Jogos Digitais



Fonte: elaboração dos autores.

O conjunto representa o processo de consumo simbólico na relação do jogador com o jogo. Tanto o jogo quanto o jogador são pontos de passagem na circulação de sentidos dentro da rede das práticas discursivas. O dispositivo do jogo é compreendido como constituído por mundos ficcionais e regras reais. A articulação dos contextos do jogador codetermina as condições de consumo simbólico. O consumo simbólico se desdobra em quatro movimentos subsequentes: recepção, reconhecimento, atribuição de sentidos e apropriação. O *corpora* deve ser analisado segundo suas marcas textuais, para ser reduzido em elementos que devem ser visualmente representados na forma de uma cartografia de sentidos.

Mapas como processo de análise

O *Modelo de Análise do Consumo Simbólico em Jogos Digitais* foi aplicado na pesquisa de doutorado e seus mapas resultantes podem ser encontrados na íntegra na tese de Carvalho (2020). A cartografia foi formada por quatro tipos de mapas: condições de consumo, dimensão ficcional, dimensão real e das dimensões do envolvimento. Considerando que o *corpora* foi constituído por três *corpus* (textos da analista, vídeos e entrevistas), foram criados mapas referentes a cada um desses *corpus* para cada um dos quatro tipos de mapas, totalizando doze mapas. Todos os mapas foram desenhados pelos autores, por meio do aplicativo Adobe Illustrator. A seguir, ilustramos a criação desses mapas com alguns exemplos.

Os mapas das condições de consumo destacaram os contextos existencial, intertextual, situacional e tecnológico dos jogadores, o movimento de recepção e o movimento de reconhecimento para cada corpus. Vemos um exemplo de um dos três mapas desse tipo criados (Figura 7).

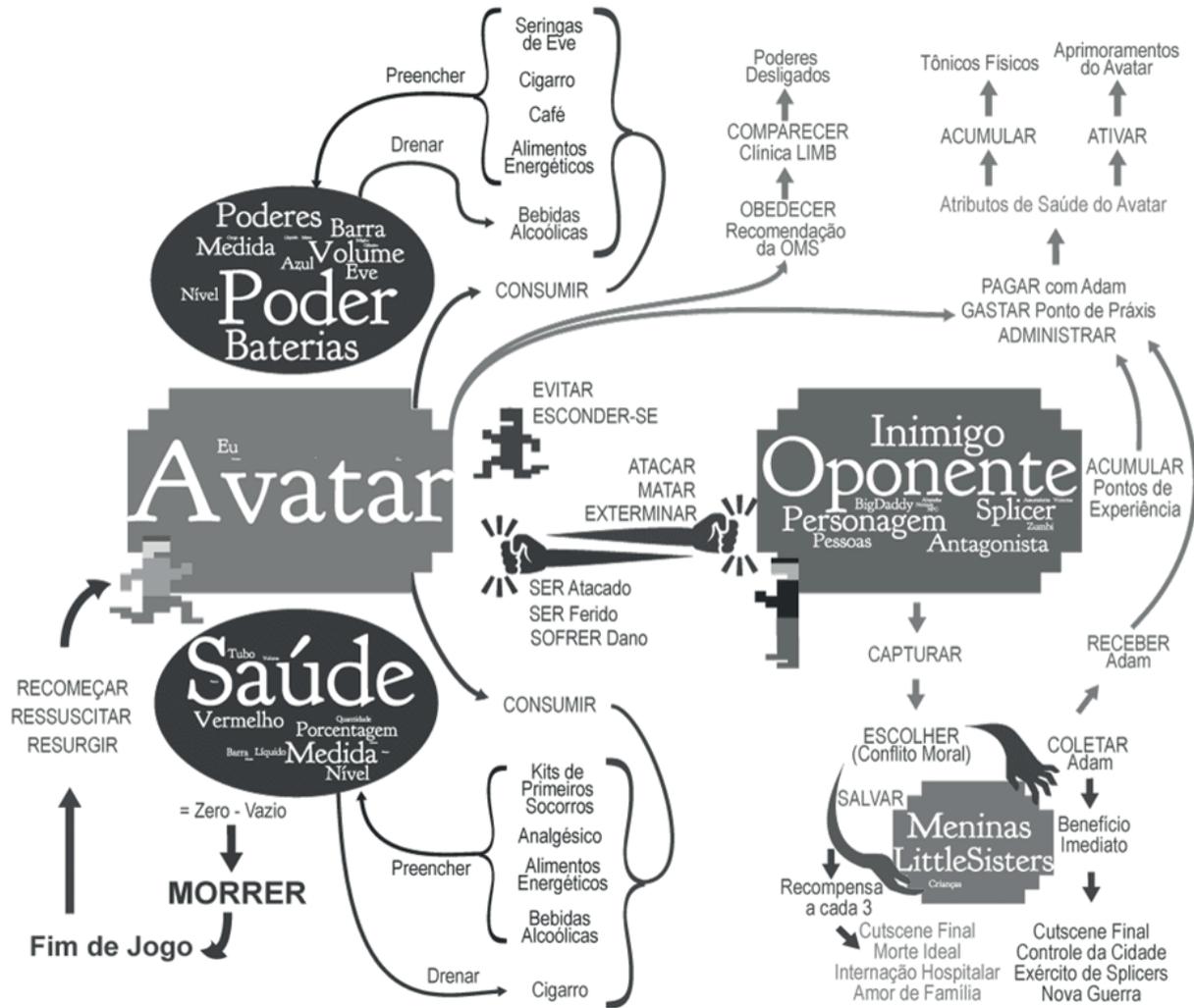
Figura 7 – Exemplo de mapa de condições de consumo discursivo de interlocutores



Fonte: Carvalho (2020, p. 125).

Mostramos, ainda, um exemplo de mapa que representa as ações do jogador no mundo do jogo (Figura 9). Esta dimensão corresponde basicamente ao sistema do jogo, como as regras, mecânicas e as interfaces de mensagens do sistema e controles do jogador, sempre destacando os aspectos relacionados a efeitos de sentido de saúde.

Figura 9 – Exemplo de mapa da dimensão real dos jogos

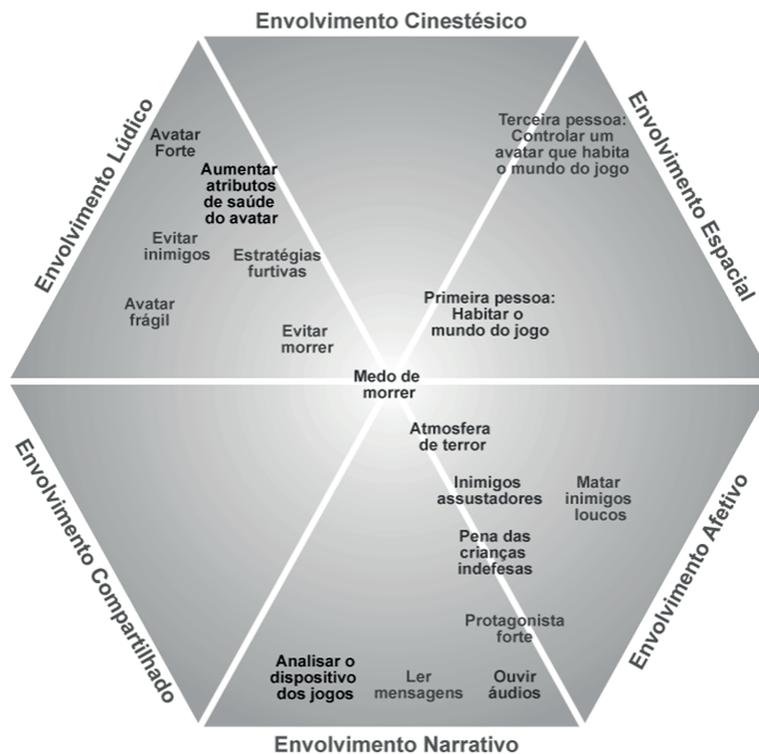


Fonte: Carvalho (2020, p. 154).

Por fim, os mapas das dimensões do envolvimento recorreram ao Modelo do Envolvimento do Jogador de Calleja (2011) para destacar o envolvimento do jogador com o jogo e retomar certos achados significantes que atravessam tanto as dimensões real quanto ficcional (Figura 10). A contribuição desse modelo foi fundamental para uma análise que envolve o consumo

simbólico, pois foi instrumento para tratar da relação do jogador com o jogo. O Modelo do Envolvimento do Jogador divide os diferentes tipos de envolvimento em seis dimensões: envolvimento cinestésico, envolvimento espacial, envolvimento compartilhado, envolvimento narrativo, envolvimento afetivo e envolvimento lúdico.

Figura 10 – Exemplo de mapa de dimensões do envolvimento dos jogadores



Fonte: Carvalho (2020, p. 172).

A elaboração desses mapas em articulação com os anteriores favoreceu a constatação e imprimiu mais nitidez à percepção de que as diferenças relacionadas às dimensões do envolvimento do jogador com o jogo afetam as redes de sentido que são ativadas ou produzidas no jogo, mais especificamente os sentidos de saúde.

Conclusão

O *Modelo de Análise do Consumo Simbólico em Jogos Digitais* foi proposto como um modo de acesso ao processo de consumo discursivo, sempre que estejam em cena jogadores jogando jogos digitais. Para que sua construção fosse possível, foi necessário um trabalho vigoroso de

criação e experimentação metodológicas, com a formação de um *corpora* heterogêneo e de uma análise baseada na construção de mapas.

Podemos afirmar que este modelo propicia a compreensão do processo de consumo simbólico, através da observação dos jogadores. Trata-se de uma observação que leva em consideração os contextos dos jogadores e divide o processo de consumo em quatro movimentos sucessivos: recepção, reconhecimento, atribuição de sentidos e apropriação.

O recurso de constituir um *corpora* formado por conjuntos textuais distintos se mostrou trabalhoso, mas frutífero, pois permitiu perceber as muitas nuances dos diferentes tipos de jogadores e, mais que isso, entender essas nuances como importantes condições de produção do consumo simbólico. O desenho de mapas acrescentou um aspecto visual importante nesse processo, além de operar como um organizador para a análise e obtivemos como resultado uma cartografia de sentidos que abrange todos os elementos descritos no modelo.

O modelo leva em consideração as especificidades dos jogos. Considerando que mundos virtuais também têm sua própria modalidade de existência real, a produção de sentidos dentro de mundos de jogos também diz respeito à produção de sentidos em outros aspectos da vida real das pessoas. Entretanto, este modelo não foi proposto para ser usado em pesquisas que tratem de questões de mudança de comportamento que os jogos poderiam causar nos jogadores. Outro tipo de abordagem e outros métodos seriam necessários para isso.

Enquanto jogam, as pessoas estão imersas em um mundo com seus procedimentos próprios e muitas vezes repetem os procedimentos de outros jogos conhecidos. A experiência com outros jogos constitui um intertexto relevante, que influencia a forma com que as pessoas jogam novos jogos, fazem escolhas e consomem sentidos.

Uma de nossas principais conclusões é que os contextos relevantes para estudar o consumo de sentidos pelos jogadores não dizem respeito somente aos mundos virtuais, neles estão também a existência e os intertextos externos aos jogos. Quando estão dentro dos mundos desses jogos, as pessoas acionam sentidos que foram apropriados de seus intertextos fora dos jogos. Jogando, as pessoas também acionam valores e crenças que circulam fora do ambiente virtual, que influenciam a experiência de jogo e o consumo simbólico.

Dessa maneira, o modelo ajuda a colocar em evidência as redes de sentidos e observar que essas redes entrelaçam discursos da vida física com a virtual, em que uma realimenta a outra em fluxo contínuo, e que as diferentes maneiras com que os sentidos são consumidos também variam conforme os diferentes contextos e formas de envolvimento do jogador. Mesmo sendo posicionado no polo analítico do consumo simbólico, o modelo ajuda a observar, num universo muito particular, a ideia de que no ciclo produtivo dos sentidos estão em curso processos inextricavelmente entrelaçados de produção, de circulação e de consumo de sentidos.

A proposta do modelo partiu de inquietações sobre as potencialidades dos jogos digitais como novos espaços de comunicação, que também podem tratar de saúde. Trata-se de uma proposta de modelo, que ainda deve ser experimentado em outros objetos e *corpora*,

para que se comprove sua pertinência. Longe de representar um ponto final, por este modelo sugerimos novos caminhos e possibilidades para continuar as investigações sobre os jogos como mídias.

Referências

- AARSETH, E. Computer Game Studies, Year One. **Game Studies**, v. 1, n. 1, 2001. Disponível em: <https://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>. Acesso em: 28 out. 2023.
- ARAUJO, I. S. **Mercado simbólico: interlocução, luta, poder - um modelo de comunicação para políticas públicas**. 2002. 353f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. Disponível em: https://bvsm.sau.gov.br/bvsm/ct/PDF/Tese%20doutorado_Inesita%20Araujo.pdf. Acesso em: 28 out. 2023.
- ARAUJO, I. S. Mercado Simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas. **Interface (Botucatu)**, v. 8, n. 14, p. 14, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/icse/a/mXPrpPYcQxGMCJZ3jN9CHGB/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 28 out. 2023.
- ARAUJO, I. S. Contextos, mediações e produção de sentidos: uma abordagem conceitual e metodológica em comunicação e saúde. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, v. 3, n. 3, 2009. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/755>. Acesso em: 28 out. 2023.
- BOGOST, I. **Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames**. Cambridge: MIT Press, 2007.
- CALLEJA, G. **In-game: from immersion to incorporation**. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 2011.
- CARVALHO, F. G.; ARAUJO, I. S.; VASCONCELLOS, M. S. A saúde em jogos de entretenimento: análise da produção de sentido em dois jogos digitais. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 12, n. 2, p. 145-165, 2018. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/10066>. Acesso em: 28 out. 2023.
- CARVALHO, F. G. **Sentidos da saúde em jogos digitais**, 2016. 202f. Dissertação (Mestrado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Informação e Comunicação em Saúde, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/24167>. Acesso em: 28 out. 2023.
- CARVALHO, F. G. **Health é vida? Consumo simbólico em jogos digitais de entretenimento**. 2020. 231f. Tese (Doutorado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Informação e Comunicação em Saúde, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/44431>. Acesso em: 28 out. 2023.
- FRAGOSO, S. D.; AMARO, M. **Introdução aos estudos de jogos**. Salvador: EDUFBA, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/27659>. Acesso em: 28 out. 2023.
- JUUL, J. **Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds**. Cambridge: The MIT Press, 2005.
- LÉVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.
- MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em Análise do Discurso**. 3ª ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6ª Edição ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- ORLANDI, E. P. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. Campinas: Editora da Unicamp, 2007.

PINTO, M. J. **As marcas lingüísticas da enunciação**: esboço de uma gramática enunciativa do português. Rio de Janeiro: Numen, 1994.

PINTO, M. J. **Comunicação e discurso**: introdução à análise de discursos. São Paulo: Hackers Editores, 2002.

VASCONCELLOS, M. S.; CARVALHO, F. G.; ARAUJO, I. S. Understanding games as participation: an analytical model. **Revista Cibertextualidades**, n. 8, p. 107–118, 2017. Disponível em: <https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/6012>. Acesso em: 28 out. 2023.

VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2004.

VERÓN, E. **La semiosis social**: fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa, 1993.

Sobre os autores

Flávia Garcia de Carvalho

Doutora e Mestre em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS) da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). Docente do Mestrado em Divulgação da Ciência, Tecnologia e Saúde da Casa de Oswaldo Cruz na Fundação Oswaldo Cruz (COC/Fiocruz). Professora pesquisadora da Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio (EPSJV/Fiocruz). Integrante do grupo de pesquisa “Jogos e Saúde”. Coautora do livro “O jogo como prática de saúde”, pela Editora Fiocruz. Chair da Trilha de Saúde no XXI Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital (SBGames 2022). E-mail: flavia.garcia@fiocruz.br.

Inesita Soares de Araujo

Doutora e Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com pós-doutoramento em Ciências Sociais, pela Universidade de Coimbra/Centro de Estudos Sociais. Pesquisadora titular da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). Atua no Laboratório de Comunicação e Saúde (Laces) e no Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS), ambos do Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde (Icict). Coordena o Grupo de Pesquisa Comunicação e Saúde (CNPq) e o GT Comunicação e Saúde da Associação Brasileira de Saúde Coletiva (ABRASCO). Autora dos livros “A Reconversão do Olhar”, “Comunicação e Saúde” e “O Jogo como Prática de Saúde”, os dois últimos em coautoria. E-mail: inesita.araujo@icict.fiocruz.br.

Marcelo Simão de Vasconcellos

Doutor em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS) do Icict/Fiocruz, Mestrado em Artes Visuais e graduação em Desenho Industrial pela Escola de Belas Artes (UFRJ). É pesquisador na Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), onde atua como professor permanente no

Programa de Pós-Graduação em Divulgação da Ciência, Tecnologia e Saúde (COC/Fiocruz) e no Programa de Pós-graduação em Ensino em Biociências e Saúde (IOC/Fiocruz). É um dos autores do livro “O Jogo como Prática de Saúde”, publicado pela Editora Fiocruz. Conduz pesquisa e desenvolvimento de jogos analógicos e digitais para promoção da saúde, divulgação científica e cidadania. E-mail: marcelodevasconcellos@gmail.com.

Contribuição dos autores

Carvalho, F. G.: conceituação, pesquisa, análise formal, escrita – rascunho original, escrita – revisão e edição; Araujo, I. S.: conceituação, escrita – revisão e edição; Vasconcellos, M. S.: escrita – revisão e edição.

Disponibilidade de dados

Os dados que suportam a pesquisa estão contidos no artigo e referências citadas

Conflito de interesse

Não há conflito de interesse.

Dados editoriais

Recebido em: 24/04/2022

Aprovado em: 24/10/2023

Editora responsável: Maria Ataíde Malcher

Assistente editorial: Aluzimara Nogueira Diniz, Julia Quemel Matta, Suelen Miyuki A. Guedes e Weverton Raiol

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença **Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY)**. Os autores retêm todos os direitos autorais, transferindo para a Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação o direito de realizar a publicação original e mantê-la sempre atualizada.

