

As Relações com o Consumo no Ambiente do Jogo *The Sims*¹: Uma Análise do Viés Simbólico dessas Relações

VELDA TORRES

Mestranda em Cultura e Sociedade (FACOM/POSCULTURA/UFBA), Especialista em Gestão de Processos comunicacionais (ECA/USP). Especialista em Marketing Estratégico (Faculdade Ruy Barbosa). Graduada em Publicidade e Propaganda (Faculdade Social), com 23 anos de experiência na área de Comunicação e iniciando na área de produção de roteiro para games. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Comunidades Virtuais (UNEB) e integrante do NEPP - Núcleo de Estudos e Pesquisa em Publicidade e Propaganda (FACOM/UFBA).
veldatorres@uol.com.br

Resumo

Este artigo tem como proposta discutir as relações que os jogadores estabelecem com o consumo no ambiente virtual do jogo *The Sims*, abordando nessa direção as teias simbólicas que permeiam essas relações, buscando elucidar, de forma panorâmica, o modo como as trocas e construções simbólicas produzidas nessas relações podem ser observadas.

Palavras-chave: The Sims. Trocas simbólicas. Construções simbólicas. Consumo. Linguagem. Escolhas sociais.

¹ O jogo *The Sims* referenciado ao longo desta discussão diz respeito a todas as suas versões, isto por que o consumo de bens materiais é uma das estratégias que faz parte da narrativa de todas as versões deste jogo.

Introdução

O ambiente virtual do *The Sims* se mostra adequado à observação do conjunto simbólico que permeia as escolhas sociais dos sujeitos com relação às práticas de consumo não apenas por apresentar na sua narrativa estratégias voltadas ao consumismo, mas também por sua similaridade com o espaço social concreto vivenciado pelos jogadores. Dito de outro modo, esse ambiente virtual se apresenta como simulacro do ambiente concreto no qual os sujeitos se relacionam cotidianamente com o consumo e têm suas relações mediadas por trocas simbólicas que impactam no seu pensamento e conhecimento, isto é, na sua subjetividade, afetividade e aprendizagem (COSTA, 2002; SCHAFF, 1974).

Outra similaridade desse ambiente virtual com o mundo real diz respeito à liberdade do jogador exercer o papel de autor e ator social da sua própria história, um aspecto da sua narrativa que torna esse brincar mais prazeroso. Ao jogador é permitido criar enredos a partir das suas experiências sociais, projetando no ambiente do jogo situações vividas ou simulações de situações que gostaria de experimentar no mundo concreto. Intrínsecos a linguagem que subsidia esses enredos se encontram valores que o jogador tem como seus e que passam a dialogar com as estratégias narrativas desse game, num processo interativo similar ao das relações sociais, permitindo trocas simbólicas entre os jogadores e a narrativa *The Sims*. Dessas trocas resultam construções simbólicas que atuam no imaginário do jogador e passam a dialogar com suas experiências de vida, impactando no seu modo de agir e pensar (COSTA, 2002; SCHAF, 1974).

Assim, na transmissão da experiência e do saber desse jogador e na apropriação de novos saberes oriundos desse processo interativo, a linguagem se mostra mediadora entre o que é social dado nessa relação e o que é individual no pensamento desse sujeito, numa mediação que resulta em construções simbólicas que, sob a forma de produto social, tornam-se intrínsecas a esse sujeito subsidiando as reflexões que nortearão seu modo de agir e pensar. Enfim, essas construções simbólicas orientarão seu comportamento social em qualquer situação na qual se encontre, incluindo suas experiências nesse ambiente virtual.

Games digitais, um brincar contemporâneo

As transformações sociais também vêm sendo vivenciadas nas atividades lúdicas dos sujeitos, as quais têm se desenvolvido cada vez mais em ambientes virtuais, revelando essas atividades como mais um dos contextos em que o advento das tecnologias tem interferido nos hábitos sociais dos sujeitos, transformando-os e/ou inovando-os.



A respeito dessa interferência social das tecnologias, Baccega (2008, p. 1-2), em sua discussão sobre consumo e identidade, analisa que estamos vivendo numa fase em que as tecnologias têm produzido “novos modos de estar-no-mundo” e que seus avanços se mostram como responsáveis pelo papel que os meios de comunicação passaram a desempenhar na trama cultural. Segundo a autora, nessa realidade os avanços tecnológicos se mostram cada vez mais rápido e propõem transformações cada vez mais radicais, levando a criação de novas sensibilidades, novas formas de relacionamentos e de estar e circular nas sociedades.

Enfim, essas transformações têm implicado em mudanças de hábitos dos sujeitos, sendo uma delas o hábito do brincar, o qual nas últimas décadas teve suas atividades ampliadas com a constante criação de games que se apresentam aos sujeitos como um novo “brinquedo” a ser experimentado num espaço diferenciado: o ciberespaço, um ambiente virtual que passa a atuar na construção da subjetividade desses sujeitos.

Ao contrário de outros “brinquedos”, os games têm um caráter efêmero revelado nos lançamentos de expansões que prometem ao sujeito mais emoção e/ou jogabilidade, característica que contribui para posicioná-los como modalidades do brincar com mais influência das inovações tecnológicas, o que tem contribuído para o caráter fluido dos games. Essa fluidez revela outra mudança social impactada pelas tecnologias, a ocorrida no processo de produção-distribuição-consumo, a qual pode ser pensada como simultaneamente causa e efeito do impacto que as tecnologias têm exercido no comportamento social dos sujeitos. Conforme analisa Baccega (2008, p. 2), na realidade contemporânea:

A fluidez, o desenraizamento, a vida líquida, a velocidade no lugar da duração [...] atingem diretamente o processo de produção-distribuição-consumo, o qual conjuga produção estética e produção de mercadoria. Os produtos precisam ser rapidamente consumidos para dar lugar a outros produtos que seguirão o mesmo trajeto. [...] O consumo acelera-se, acelera-se a produção. A corrida parece desenfreada.

Os avanços tecnológicos, de certo modo, potencializam a contribuição dos games para o desenvolvimento pessoal do sujeito e para a conquista de novas relações sociais, um benefício ainda mais presente nos games de simulação, os quais a todo o momento lançam novas expansões que passam a ocupar na preferência dos jogadores o lugar da versão antiga. Vale ressaltar que se por um lado o lançamento de uma nova expansão reduz a vida útil da versão anterior do jogo, por outro permite ao game uma vida útil maior, uma vez que para jogá-las é preciso a versão original do jogo.

A criação e oferecimento de novas expansões têm com objetivo aguçar ainda mais a fantasia dos sujeitos no âmbito da experiência do jogar. Isso porque, como toda atividade lúdica,

os games propiciam aos sujeitos o uso infinito da imaginação, seja fantasiando realidades ou assumindo papéis sociais com os quais se identifiquem de algum modo. Os games de simulação têm essa função ainda mais latente, porque possibilitam ao jogador vivenciar num espaço virtual experiências similares as vividas no mundo concreto. Até mesmo brincadeiras antigas como a *casa de bonecas* sobre a qual remete a proposta do jogo *The Sims*.

A brincadeira da *casa de bonecas* sempre seduziu por permitir um mundo de fantasia e liberdade no imaginário infantil, característica intrínseca ao jogo *The Sims* e que motivou as observações sobre esse game para análise das teias simbólicas que permeiam as relações de consumo estabelecidas com os jogadores.

A análise que apresento a seguir, de forma panorâmica, explora o modo como as trocas e construções simbólicas produzidas nessas relações podem ser observadas.

As trocas simbólicas nas relações com o consumo no ambiente virtual do *The Sims*

Essa discussão é subsidiada por pressupostos teóricos sobre o papel da linguagem para o pensamento e conhecimento humano, bem como a respeito da sua função e significação para o estabelecimento de uma cultura. Um viés teórico escolhido em virtude da relação entre o jogador e a narrativa do jogo *The Sims* se constituir de múltiplas linguagens que exercem o papel de mediadoras na teia simbólica que permeia essa interação, desempenhando papel relevante nas trocas simbólicas produzidas nesse brincar.

Sendo a linguagem uma unidade verbal e mental produzida nas relações sociais esta se revelar como produto social que serve à compreensão de uma sociedade, através da experiência semiótica que proporciona. Assim, tendo em vista que o ambiente virtual do *The Sims* se constitui numa espécie de sociedade virtual os símbolos linguísticos trocados nas relações que se dão nesse ambiente se mostram passíveis de observação para a compreensão dessas relações (SCHAFF, 1974).

Isso porque são as linguagens presentes nessas relações que permitem ao jogador dá significado a tudo aquilo que experimenta nessa realidade. Desse modo, o olhar sobre como essa experiência semiótica se processa possibilita a análise e interpretação dessa realidade. É a partir das significações retidas dessa realidade que o jogador (e o observador) organiza e desenvolve um pensamento no seu imaginário, constituindo de forma única sua subjetividade a respeito da mesma.

A subjetividade aliada ao conhecimento apreendido em experiências anteriores atua para a capacidade criativa e a expressão de sentimentos do sujeito sobre uma dada situação, como, por

exemplo, as situações de consumo que permeiam o ambiente virtual do *The Sims* (COSTA, 2002; SCHAFF, 1974).

Will Wright (2010)², criador do jogo, reconheceu a participação das experiências anteriores do sujeito nesse brincar ao revelar numa entrevista que as histórias de vida dos sujeitos influenciam o modo como jogam o *The Sims*.

Desde que começamos a testar a primeira versão do *The Sims*, percebemos que as pessoas não conseguiam jogar sem serem influenciadas pela própria vivência. Isso parece ser uma característica natural do ser humano em entender, recordar e contar experiências. Com o tempo nós reconhecemos que contar histórias faz parte da idéia do *The Sims* e nós estamos sempre buscando formas de deixar o jogador criar, conduzir e compartilhar suas histórias.

Como no mundo real, a vida criada nesse game também é mediada por linguagens que na troca simbólica entre o jogador e a narrativa *The Sims*, produzem conteúdo simbólico que dialoga com as experiências anteriores do sujeito e se impõe culturalmente nas relações orientando comportamentos e valores sociais não apenas no ambiente virtual desse game, mas em qualquer ambiente social em que o sujeito se encontre.

Dito de outro modo, o ambiente virtual do *The Sims* se mostra como espaço social no qual as trocas simbólicas atuam no imaginário do jogador, dialogando com suas experiências anteriores e produzem conteúdos simbólicos que servem de orientadores a seus comportamentos.

Nesse ambiente as relações estabelecidas são subsidiadas pela proposta narrativa de um mundo idealizado de paz, felicidade, realizações, etc., o que contribui para esse jogo estabelecer um vínculo afetivo com os jogadores. No âmbito dessa promessa de um mundo perfeito sua narrativa propõe ao jogador à adoção de estratégias voltadas ao consumismo, dando-lhe liberdade de adotá-las ou não na experiência com esse brincar (CURI, 2009).

Essa liberdade acontece porque o *The Sims* possui uma narrativa aberta e como tal insere os jogadores como autores e atores da sua história, permitindo-lhes criar suas próprias estratégias de jogo em função dos objetivos que pretendem alcançar. Desse modo, os jogadores têm liberdade de refletir sobre as estratégias de consumo propostas, comparando-as com o saber social construído nas suas experiências de vida, sendo esse um momento de trocas simbólicas nesse ambiente.

Como observam Krüger e Cruz (2009, p. 5), apesar das regras existentes num jogo de simulação, os jogadores são quem direcionam o caminho que desejam seguir e conseqüentemente

² Íntegra da entrevista disponível em: <<http://www.babooforum.com.br/forum/index.php?showtopic=253119>>. Acesso em: jul. 2010.

também o instante no qual se dará o final do jogo. Entretanto, suas estratégias de ação são traçadas a partir de

[...] uma série de elementos básicos e regras que dão o contexto, ou seja, as possibilidades e limites do mundo onde será criada a estória. Não existe uma estória, ou estórias, mas possibilidades que o jogador coloca sua imaginação para funcionar para preencher o desenvolvimento da narrativa. Da mesma forma, não existe competição como na grande maioria dos jogos eletrônicos. O desafio do jogador muitas vezes está em sua própria performance ou nos limites de sua criatividade. A ação é desenvolvida baseada nas decisões pensadas durante o desenvolvimento do jogo.

É no âmbito da proposta de viver a experiência de um mundo perfeito que o *The Sims* parece reproduzir a brincadeira da *casa de bonecas*, um brincar que sempre seduziu pelas múltiplas possibilidades de construir mundos encantados, inserindo aquele que brinca como autor e ator de uma realidade imaginada, uma proposta na qual também se baseia a narrativa desse game.

O *The Sims* propõe essa brincadeira numa versão virtual e intrínseca ao mundo contemporâneo e nesse brincar virtual *o céu é o limite*, isto é, *a tecnologia é o limite*, isso porque na internet é oferecida uma diversidade de opções para a escolha da *boneca*, das roupas, sapatos, móveis, utensílios da *casinha* e uma infinidade de outras “*pecinhas*” similares as que enriquecem esse brincar no mundo concreto.

Essa similaridade do *The Sims* com uma casa de bonecas vem sendo com frequência abordada em discussões sobre sua narrativa. Jenkins (2008, p. 222) analisa que o *The Sims* é a “*casa de boneca mais espetacular do mundo, convenceu as pessoas a pagar para entrar e brincar e incentivou-as a modificá-la, de acordo com as próprias especificações*”.

Curi (2009, p. 1) compartilha dessa visão sobre o jogo analisando que o *The Sims* é como uma *casa de boneca* na qual as “*crianças vão adicionando novos elementos nos ambientes*” e nesse brincar não se limitam aos objetos disponíveis no jogo original buscando “*novidades*” nos pacotes de expansão ou na internet, em espaços que se mostram como uma espécie de Shopping Center desses objetos.

A facilidade de acesso a essas “*pecinhas*” contribui para revelar um caráter efêmero nas relações de consumo estabelecidas no ambiente *The Sims*. Isso porque, como analisa Jenkins (2008), os jogadores não se satisfazem em brincar com os elementos que acompanham o game e estão sempre comprando expansões ou na *internet* em busca de novos *downloads* de elementos

– nos *Shopping Center dos Sims*³ – que agreguem um diferencial a vida criada no universo *The Sims*. Nessa prática de consumo os objetos “antigos” são substituídos por “novos” que prometam mais emoção ou status ao *Sim*⁴.

Assim como na vida real, esses shoppings virtuais se mostram como reluzentes vitrines expondo promessas de emoções aos jogadores, que por se imaginarem como um *Sim* adotam a cultura do consumo proposta na narrativa do game, mas, refletindo suas ações de consumo a partir dos valores que têm como seus e dos objetivos que pretendem alcançar nesse brincar, os quais são a base dos enredos criados para a história que vivenciam.

O comportamento de consumo adotado mostra-se, de certo modo, como reflexo das experiências que os jogadores acumularam nos processos de socialização vividos no mundo concreto. Dito de outro modo, suas decisões de consumo nesse ambiente virtual resultam de reflexões que têm como base o aprendizado construído nas suas vivências sociais. Isso porque o consumo de objetos não é imposto pelo jogo e sim proposto para que este se desenvolva com novidades e prazer, o que resulta também em mais jogabilidade.

No âmbito dessa experiência com o consumo os jogadores aderem a estereótipos como modelos para construção dos personagens, para que se pareçam mais belos, felizes, independentes, moderninhos, etc. Como na vida real, no ambiente *The Sims* as construções estereotipadas moldam o comportamento do *Sim* e respondem a sua necessidade de pertencimento social, isto é, de se integrar a um grupo social imaginário (HELLER, 1985).

Assim como as demais experiências sociais, a experiência com o *The Sims* fixa de modo, simultaneamente, empírico e ultrageneralizador um comportamento que pode levar o sujeito a assumir no mundo real estereótipos, analogias e esquemas previamente elaborados, que passarão a moldar seu comportamento social.

A respeito dessa presença dos estereótipos no comportamento social dos sujeitos Heller (1985, p. 64) analisa que

De duas maneiras chegaremos à ultrageneralização característica de nosso pensamento e de nosso comportamento cotidianos: por um lado, assumimos

3 Para Jenkins (2008, p. 223), dentre os muitos Shopping Center virtuais existentes o *The Mall of The Sims* talvez seja o mais completo e conhecido. Na época de sua pesquisa esse Shopping já possuía mais de 10 mil assinantes e mais de 50 lojas diferentes que oferecem grande variedade de produtos, desde “eletrônicos mais avançados a objetos de antiguidades, de tapeçarias medievais a roupas em tamanhos especiais – e peles parecidas com Britney Spears, Sarah Michelle Gellar ou personagens de Guerra nas Estrelas.” De acordo com esse autor, nesse ambiente virtual tudo funciona como na vida real, exceto com relação ao preço dos produtos, pois estes não têm valor individual, sua aquisição se dá através do pagamento de uma taxa mensal que lhes permite baixar o que desejar, sem mais nenhum custo.

4 *Sim* é o nome dado aos personagens desse game.

estereótipos, analogias e esquemas já elaborados; por outro, eles nos são “impingidos” pelo meio em que crescemos e pode-se passar muito tempo até percebermos com atitude crítica esses esquemas recebidos, se é que chega a produzir-se uma tal atitude.

Ao imprimir esses rótulos estereotipados aos personagens os jogadores, representados pelo *Sim*, assumem no jogo papéis sociais com os quais se identificam na realidade e aderem a práticas de consumo que os ajudam a manter esses estereótipos no desenvolvimento do enredo da história vivida nesse ambiente virtual, passando a relacionar a ludicidade desse game à cultura do consumo.

Essa experiência com as construções estereotipadas de si pode interferir no comportamento social do sujeito no mundo real, levando-o a adotar práticas de consumo similares as adotadas nesse ambiente virtual, se na reflexão sobre suas ações considerar que essa experiência vivida pode servir de referência para suas vivências no mundo real. Trata-se aqui do papel que as construções simbólicas construídas nessa brincar podem exercer no mundo real para as decisões dos comportamentos futuros dos sujeitos jogadores.

As construções simbólicas que permeiam as escolhas sociais no ambiente *The Sims*

Os processos de socialização no ambiente virtual do *The Sims* dão origem a construções simbólicas que cristalizam as experiências vividas sob a forma de uma imagem mental, que quando acessada pelo sujeito passa a orientar seu comportamento em situações reais similares as vivenciadas nesse ambiente virtual, sob forma de aprendizado construído.

Em síntese, o espaço social desse game pode ser pensado como local no qual ocorrem processos de aprendizagem por meio da socialização dos sujeitos, do desenvolvimento de hábitos, atitudes, comportamentos, modos de pensar e se expressar no uso da linguagem, com base em valores e crenças que os sujeitos têm com seus. Refere-se aqui a características similares as que Gohn (2006) atribui aos ambientes de aprendizagem⁵.

Tendo em vista que esse espaço propõe a adoção de estereótipos e que estes, em sua maioria, encontram-se atrelados a objetos de consumo, é que se faz possível afirmar que a linguagem mediadora da relação entre os jogadores e a narrativa desse game é também mediadora da relação desse sujeito com o mundo dos objetos. E, os estereótipos constituídos nessa relação, aliados

⁵ Para Gohn (2006, p. 29) o ambiente de aprendizagem é aquele que “socializa os indivíduos, desenvolve hábitos, atitudes, comportamentos, modos de pensar e de se expressar no uso da linguagem, segundo valores e crenças”.

a visão de mundo desse sujeito, passam a orientar a percepção desse sujeito sobre a realidade virtual criada, tal qual ocorre no mundo real (SCHAFF, 1974).

Ao propor ao jogador assumir uma identidade estereotipada simultaneamente a narrativa *The Sim* promete a esse sujeito a possibilidade de viver a “vida dos seus sonhos”, uma “vida perfeita” que mantém relação intrínseca com a posse de bens materiais e o conseqüente status social. Nessa realidade o consumo dos objetos serve a uma espécie de simulacro da felicidade, isto é, a posse de um objeto significa o consumo da felicidade (BAUDRILLARD, 1995).

Entretanto, como na vida real, nesse ambiente virtual a felicidade também é efêmera, pois logo dá lugar a um vazio interior ao se descobrir que o objeto consumido já não responde mais a sensação de felicidade. Esse vazio interior no ambiente *The Sims* é representado pelas constantes demandas do *Sim* para uma vida mais confortável, com mais prazer, diversão, ascensão social, etc. As motivações que permeiam as relações com o consumo nesse ambiente apresentam similaridades com as que, muitas vezes, nos levam a optar pelo consumo de determinado objeto na vida real. Como observa Curi (2009, p. 7),

Os personagens podem comprar vários produtos, com diferentes finalidades. Existem, por exemplo, alguns tipos de geladeiras. As mais sofisticadas podem matar a fome dos Sims de maneira mais rápida. Uma televisão de plasma diverte mais do que uma convencional. Móveis mais luxuosos podem aumentar o conforto do Sim e transformar algum cômodo da casa em um espaço mais agradável. As obras de arte também têm essa função. Uma cama mais cara pode diminuir o tempo de repouso necessário para um Sim se restabelecer. Assim, consumir produtos melhores e mais caros acaba sendo imperativo para que o jogo se torne mais atraente.

Nas observações de Curi (2009) é possível perceber a presença implícita dos benefícios emocionais nas decisões de consumo, levando o sujeito muitas vezes a optar por um produto, em detrimento a outro de igual valor de uso, em virtude da satisfação de uma necessidade que extrapola o benefício prático do objeto. O consumo passa a ser não do objeto em si, mas do sistema de signos que ele carrega. Fato que revela o valor simbólico dado aos objetos na relação que estes mantêm com os sujeitos (BAUDRILLARD, 1995).

Essa relação simbólica dos personagens com os objetos se mostra como espécie de simulacro do que ocorre vida real entre os sujeitos e os objetos, revelando como os comportamentos de consumo ultrapassam os limites do uso prático dos objetos e mantêm relação com construções simbólicas que subsidiam as demandas emocionais.

Como na vida real, o consumidor nesse ambiente virtual tem suas opções de consumo voltadas ao conjunto simbólico que permeia o objeto, para ressignificá-lo no âmbito dos valores construídos ao longo de suas vivências sociais.

Como analisa Baccega (2008, p. 3),

[...] ser consumidor não é um processo isolado: relaciona-se com todos os contextos sociais. Suas representações, seus valores perpassam as diversas esferas de atividade. O processo de consumo revela-se como um conjunto de comportamentos com os quais o sujeito consumidor recolhe e amplia, em seu âmbito privado, do modo que ele for capaz de ressignificar, as mudanças culturais da sociedade em seu conjunto.

Assim, nesse universo virtual, o conjunto do comportamento do jogador revela seus valores, isto é, as construções simbólicas que permeiam suas escolhas sociais, as quais por sua vez se expressam pela linguagem presente nas relações que estabelece. Dito de outro modo, a linguagem presente nas relações estabelecidas nesse ambiente é responsável pelo nível da abstração e da generalização do aprendizado do sujeito nas situações que vivencia no jogo, influenciando o modo como este percebe a realidade na qual se encontra inserido.

No âmbito desse aprendizado os estereótipos, entrelaçados na teia simbólica que permeia as relações com o consumo, impõem-se como mediadores das transformações comportamentais desse sujeito jogador, as quais podem motivá-lo a adoção espontânea de práticas de consumo específicas as necessidades do seu personagem para o jogo se tornar mais atraente. Desse modo, o comportamento dos sujeitos no ambiente *The Sims* revela-se como subsidiado pela adoção de estereótipos e se constitui como produto das construções simbólicas resultantes da ação da linguagem nas relações estabelecidas nesse ambiente.

Aqui vale ressaltar que em alguns casos a adoção desses estereótipos no ambiente do jogo pode alterar a visão de mundo do sujeito jogador e levá-lo a adotar pensamentos “estereotipados” também na relação simbólica que tem com o consumo no mundo real.

Entretanto, é relevante esclarecer que não estou argumentando que a narrativa de jogo tem como propósito a adoção da cultura do consumo, pois considero que não é esse o resultado esperado por esse game e sim que o jogador aprecie esse brincar como uma atividade prazerosa, divertida, estimulante, abstraindo dessa experiência as muitas emoções que um jogo de simulação como esse promove.

O que pretendo argumentar é que as relações dos jogadores com as estratégias narrativas desse game resultam num aprendizado que dialoga com suas experiências anteriores e que esse processo permite ao sujeito refletir se sua relação com o consumo no ambiente do jogo pode

servir de base para orientar seu modo de agir e pensar no âmbito das relações que estabelece no mundo real.

Trata-se da análise da interferência que o conhecimento adquirido nesse brincar pode ter nas decisões futuras na vida do sujeito e desse modo do reconhecimento do *The Sims* como agente educador que reconhece o jogador como sujeito reflexivo, propondo ações estruturadas de forma não organizada, sem sistematizar conhecimentos, e, portanto ações mediadas pelas práticas e experiências anteriores desses sujeitos.

A percepção sobre a interferência social desse jogo é subsidiada pela concepção de educação informal defendida por Gohn (2006, p. 30), sobre a qual salienta o aprendizado como processo orientado pelas práticas e experiências anteriores dos sujeitos e que se dá no campo das emoções de modo contínuo e não-organizado sob a forma do “passado orientando o presente”. Trata-se de um olhar sobre o jogo que também é apoiado na concepção de Schaff (1974, p. 250) do conhecimento humano como produto da “cristalização da experiência social” dos sujeitos e “ponto de partida e fundamento de todo pensamento humano”.

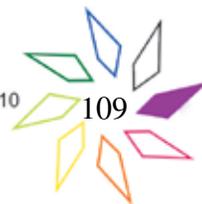
Outra característica do ambiente *The Sims* que mantém relação com a concepção de Gohn (2006, p. 29) sobre ambientes informais de aprendizagem diz respeito aos espaços de interação, os quais nesse game também são demarcados por “referências de nacionalidade, localidade, idade, religião, etnia etc.”.

De acordo com a versão jogada⁶ esses ambientes podem se mostrar para além da casa, bairro, trabalho, alcançando espaços outros com os quais os jogadores se identificam de algum modo. Essa característica se revela como mais um aspecto desse game que permite inseri-lo como espaço de aprendizagem informal e como tal processo de comunicação que viabiliza construções simbólicas norteadoras das relações cotidianas.

Essas construções simbólicas revelam-se como uma espécie de dados armazenados a ser acessado a qualquer momento para auxiliar nas reflexões sobre a realidade social desses sujeitos jogadores. A depender da situação social vivenciada o aprendizado sócio-cultural constituído nesse brincar orientará o comportamento social desses sujeitos, seja apontando para um comportamento similar ou não ao vivenciado no instante desse aprendizado. Isso porque esse aprendizado se mostra como conhecimento passível de reflexão no âmbito das escolhas sociais do sujeito e não como caminho ditatorial a ser seguido.

Alves (2010, p. 11) ao analisar o potencial dos games para a aprendizagem dos sujeitos ressalta que a imersão no mundo dos games possibilita aos jogadores

⁶ Essas demarcações de ambientes são ampliadas nas muitas expansões desse game, a exemplo *The Sims* em férias, *The Sims* gozando a vida e tantas outras.



[...] a aprendizagem, a comunicação, o estabelecimento de novos vínculos, relacionamentos, desenvolvem habilidades motoras, lingüísticas e sociais, potencializam a construção de novos olhares, significados e significantes para a sociedade na qual estão inseridos.

Ainda sobre a aprendizagem proporcionada pelos games, Alves (2010, p. 11-12) revela que na pesquisa que realizou sobre a relação entre violência e jogos eletrônicos os participantes entrevistados afirmaram ter aprendido e construído conceitos cognitivos, afetivos e sociais na interação com os jogos eletrônicos, em especial com jogos de simulação, como os da série Sim⁷, pelo fato desses games proporem aos jogadores o desenvolvimento de “novas formas de vida, gerir sistemas econômicos, constituir famílias, enfim, simular o real, antecipar e planejar ações, desenvolver estratégias, projetar os seus conteúdos afetivos e sociais”.

Para essa autora, é o fato desses jogos não apresentarem regras rígidas que possibilita aos jogadores projetarem questões particulares nesse brincar, resignificando-as, tornando-se assim autor e ator de suas histórias, concepção que também permite pensar o *The Sims* como brincar que tem se integrado culturalmente, contribuindo para manter, reforçar ou transformar práticas culturais e, desse modo atuante no processo de desenvolvimento do sujeito jogador.

Tendo em vista que o desenvolvimento social do sujeito é produto e produtor de práticas culturais imbricadas com a cultura do grupo social no qual este se encontra, o aprendizado construído no *The Sims* é simultaneamente produto da cultura abstraída das práticas sociais vivenciadas nesse brincar e produtor de uma cultura que passará a orientar o comportamento social dos sujeitos.

Essa cultura passa a se mostrar em tudo aquilo que esse sujeito pensa e faz, reafirmando uma relação de causa e efeito entre linguagem e cultura, tanto no sentido da influência da cultura sobre a linguagem, como da ação da linguagem sobre o desenvolvimento da cultura. Essa relação entre linguagem e cultura se dá porque a linguagem não é apenas um dos elementos da cultura, mas também um dos seus co-criadores, uma função que revela sua importância para a sociabilidade do homem, direcionando sua vida e interferindo em suas escolhas (SCHAFF, 1978).

Num processo cíclico a linguagem subsidia a socialização dos sujeitos, influenciando as escolhas sociais a partir da resignificação do conteúdo semiótico que circula nas interações. Dito de outro modo, a linguagem do conteúdo semiótico das interações permite construções simbólicas, que aliadas às experiências anteriores do sujeito atuam na formação da sua consciência e orientam suas escolhas sociais.

⁷ *SimCity*, *SimLife*, *SimAnt*, *SimHealth* e *The Sims*, sendo o primeiro e o último os mais difundidos no Brasil (ALVES, 2010, p. 11).

Assim, simultaneamente essas escolhas sociais influenciam e são influenciadas pela linguagem, uma característica do ambiente *The Sims* que o constitui como processo de socialização cuja comunicação atua para construções simbólicas que impactam nas reflexões dos sujeitos sobre suas escolhas sociais, seja no interior do grupo social a que pertence ou nas demais experiências sociais que vivencia como, por exemplo, esse brincar.

Considerações finais

De modo panorâmico a discussão aqui realizada apresentou o viés simbólico das relações com o consumo que os jogadores estabelecem com *The Sims*, contextualizando como trocas e construções simbólicas se processam no âmbito da teia semiótica dessas relações impactando as escolhas sociais dos sujeitos jogadores.

A similaridade do ambiente desse jogo com o mundo real possibilitou analisá-lo a partir dos mesmos pressupostos teóricos que subsidiam as análises dos processos de socialização no mundo concreto. Sob esse viés analítico a narrativa *The Sims* se posiciona como o *outro* das relações do sujeito nesse jogo e sua linguagem como atuante na teia semiótica dessas relações.

Nessa direção seu ambiente permitiu ser observado como simulacro dos espaços nos quais se dão as relações sociais no mundo real e como tal um ambiente informal de aprendizagem produto e produtor da cultura. Produto da cultura por se tratar de um brincar contemporâneo produzido pelo advento das tecnologias. Produtor da cultura por sua narrativa proporcionar uma experiência semiótica que impacta na consciência do sujeito jogador orientando seu modo de agir e pensar e, portanto interferindo a favor de uma cultura, aqui concebida na perspectiva de Schaff (1978) como tudo àquilo que um sujeito pensa e faz.

O espaço social do *The Sims* permite ao jogador criar, conduzir e compartilhar suas experiências e assim se revelar como autor e ator das suas histórias, criando, nesse ambiente, enredos pautados nos estereótipos com os quais se identifique no mundo real.

Esses estereótipos servem à construção do personagem através do qual o jogador vive suas experiências sociais virtuais, sendo esse o *primeiro momento* desse game em que trocas e construções simbólicas atuam a favor das escolhas sociais do jogador e, portanto revela a participação ativa dos estereótipos nas escolhas sociais dos sujeitos.

Após construir seu personagem o jogador vive uma experiência similar a vivida na brincadeira de *casa de bonecas*, ingressando num mundo de fantasia no qual estabelece relações com o consumo que impactam no seu imaginário e orientam seu comportamento nesse ambiente virtual.

Essas relações com o consumo prometem que esse brincar se desenvolva com mais jogabilidade, por impulsionar a satisfação de emoções que deixam o personagem criado mais feliz. Nesse sentido o jogo propõe uma relação com os objetos similar a que ocorre no mundo real, isto é, subsidiada pela promessa de felicidade, estado de espírito que pelo seu caráter efêmero movimenta as relações nesse ambiente sempre que a posse de um determinado objeto já não atende a essa sensação de felicidade do personagem, levando ao desejo por outros objetos cuja promessa de felicidade se relacione com as necessidades emocionais desse personagem.

No âmbito dessa *relação afetiva com os objetos* os jogadores exercem a liberdade de adotar ou não as estratégias proposta pela narrativa desse game, refletindo-as a partir do conhecimento construído nas experiências vividas. Esse é o *segundo momento* de trocas simbólicas no ambiente desse game, o qual resulta em construções simbólicas que impactam na decisão do jogador sobre a estratégia de consumo proposta e se convertem num aprendizado que orientará suas escolhas sociais futuras em processo de socialização, seja ele similar ou não ao vivenciado nesse brincar.

Esse aprendizado se dá na cristalização das experiências vividas no jogo, revelando o ambiente *The Sims* como espaço de aprendizagem desde o momento em que o sujeito aceita a proposta narrativa desse game de viver a experiência de uma vida perfeita, quando cria suas próprias histórias com enredos inspirados nas suas vivências cotidianas no mundo real e dessa experiência social abstrai e generaliza um aprendizado que passa a orientar suas ações futuras, seja no ambiente desse game ou no mundo real. No âmbito dessa relação às experiências vividas revelam-se como simultaneamente base e ponto de partida para as escolhas sociais dos sujeitos e desse modo como influência direta no modo como o sujeito jogador se relaciona com esse game.

Nesse processo de socialização entre o sujeito e o game a linguagem se mostra como centro das relações estabelecidas, atuando como mediadora no campo das emoções, permitindo que o passado oriente o presente de modo constante e não organizado, numa constante troca simbólica que resulta em conteúdos semióticos.

Esses construtos semióticos passam a integrar o conjunto simbólico que orienta as escolhas sociais do sujeito jogador e desse modo se mostram como responsáveis por sua subjetividade, aprendizagem e afetividade e, portanto influenciadores de tudo aquilo que esse sujeito pensa e faz (sua cultura). Dito de outro modo, o conteúdo semiótico produzido nas trocas simbólicas no âmbito das relações com o *The Sims* interfere nos hábitos sociais do sujeito jogador, transformando e/ou inovando sua relação com o mundo e desse modo cria novas sensibilidades nas formas desse sujeito se relacionar e circular numa sociedade, seja ela virtual ou concreta.

Assim, concluo inserindo a linguagem como mediadora das trocas simbólicas no ambiente desse game e conseqüentemente como responsável pelas construções simbólicas que resultam dessas trocas e nessa direção reafirmo o papel relevante da linguagem no modo como o sujeito abstrai e generaliza o aprendizado nas situações que vivencia, isto é, no modo como percebe

a realidade no âmbito das trocas simbólicas e constrói o conteúdo semiótico que orienta suas escolhas sociais.

Relations with the Consumption in the Environment of the Game The Sims: An Analysis of the Bias of these Symbolic Relations

Abstract

This article aims to discuss the relationships players have with the consumer in the virtual environment of the game The Sims, addressing this direction symbolic webs that underlie these relationships, to elucidate, in a pan, how the exchange and symbolic constructions produced these relations can be observed.

Keywords: The Sims. Symbolic changes. Symbolic buildings. Consumer. Industrial language. Social choices.

Referências

ALVES, Lynn. **Jogos eletrônicos e violência**: um caleidoscópio de imagens. Disponível em: <http://www.lynn.pro.br/pdf/art_caleidoscopio.pdf>. Acesso em: jul. 2010.

BACCEGA, Maria aparecida. Introdução: consumo e identidades: leituras e marcas. In: _____ (Org.). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.

COSTA, Cristina. **Ficção, comunicação e mídias**. São Paulo: Senac, 2002.

CURI, Fabiano Andrade. **Linguagem digital na vizinhança ideal**: os limites narrativos de The Sims. Disponível em: <<http://www.comunidadesvirtuais.pro.br/novastrilhas/textos/fabianocuri.pdf>>. Acesso em: ago. 2009.

HELLER, Agnes. Sobre preconceitos. In: _____. **O cotidiano e a História**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985, p. 43-63.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KRÜGER, F. L.; CRUZ, D. M. **Os Jogos eletrônicos de simulação e a criança**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP8KRUGER.PDF>>. Acesso em: ago. 2009.

SCHAFF, Adam. Linguagem, conhecimento e cultura. In: _____. **Linguagem e conhecimento**. Coimbra: Almedina, 1974, p. 247-268.

Correspondência

VELDA TORRES

Rua Desembargador Plínio Guerreiro, 72 - Horto Florestal

40295-150 - Salvador - Bahia

Fone: (071) 3334-6189

veldatorres@uol.com.br

Recebido em 20.07.2010

Aprovado em 11.08.2010

