

SER GAME OU NÃO-GAME, EIS A QUESTÃO

ANTÔNIO VARGAS¹ / ANA BEATRIZ BAHIA²

RESUMO: No presente artigo discutimos a intencionalidade que embasa designers e desenvolvedores em suas proposições de jogos digitais. Iniciamos apresentando a noção de *intencionalidade artística* (fundamentada em Heidegger) que, por definição, nega e afirma a tradição (Gadamer) da Arte. Em seguida, estendemos a discussão ao ser-game, apresentando definições de jogo digital (Salen e Zimmerman; Juul; Aarseth e Calleja) e defendendo a importância de um jogo digital ser pensado em sua dimensão game e não-game, a fim de promover a atualização e consolidação desta jovem tradição. Fundamentamos nossa argumentação a partir de debates históricos – como jogos *indie vs. mainstream* (Ferreira; Jahn-Sudmann; Flanagan) e o *Scratchware Manifesto* –, estabelecendo conexão entre Jogos Digitais e Arte.

PALAVRAS-CHAVE: Indie game; Não-game; Jogo digital; Intencionalidade artística; Heidegger.

ABSTRACT: In this paper we debate the intentionality of designers and developers in their videogames propositions. We start by presenting the concept of *artistic intentionality* (based on Heidegger), which, by definition, includes the affirmation and negation of the tradition of Art (Gadamer). Then, we extend the discussion to the being-game, presenting definitions of what is videogame (Salen and Zimmerman; Juul; Aarseth and Calleja) and argue that videogames must be designed as a game and a non-game simultaneously, because this is necessary to renew and consolidate this young tradition. That discussion is based on historical debates – as about indie vs. mainstream games (Ferreira; Jahn-Sudmann; Flanagan) and the *Scratchware Manifesto* – making a connection between Videogames and Art.

KEYWORDS: Indie game; Non-game; Videogame; Artistic Intentionality; Heidegger.

¹ Professor, UDESC/Brasil. E-mail: acvargas@gmail.com

² Professora, UDESC/Brasil e diretora de criação, Casthalia/Brasil. E-mail: bahia@casthalia.com.br

Tornou-se lugar comum adjetivar jogos digitais (ou games) como 'artísticos' para destacar suas qualidades estéticas. Mas os critérios de avaliação utilizados nesse julgamento ficam incógnitos. Paira dúvida, inclusive, se são critérios da Arte. Emerge a pergunta: o que justifica o uso do adjetivo 'artístico' ao invés de, por exemplo, 'original' ou 'virtuosístico'?

Tal problemática é por nós discutida. Em artigo anterior (Vargas, Bahia e Born, 2013), observamos que apesar de a expressão 'jogo artístico' parecer ter o mesmo significado de 'game-arte' (jogos com propósito artístico), de fato é usada para fazer referência à 'arte do game', enfocando o primor técnico e as soluções criativas presentes em imagens, animações, músicas e outros tipos de produções estéticas de um dado jogo digital. Em outros textos (Vargas e Bahia, 2008; Bahia e Vargas, 2013), à luz de Gadamer, debatemos o que seria a realização da experiência artística num jogo digital.

No presente artigo, enfocamos um terceiro aspecto da problemática: a *intencionalidade* que embasa a *proposição* de um jogo diferencial. Entendemos que toda proposição de jogo expressa um modo de compreender a realidade circundante; é construção de conhecimento e abre perspectivas de mundo. Mesmo que isto não esteja enunciado no assunto do jogo, apresenta-se na sua forma quando desenvolvedores e designers resolvem subverter o 'mundo' dos jogos digitais, incluir facetas daquilo que entendem por não-game em seus novos games, não temer os processos *mainstream* e dar corpo ao 'espírito *indie*'. Debateremos tais noções neste artigo, tendo como baliza e ponto de partida a noção de *intencionalidade artística* embasada por Heidegger (1999).

1. Da intencionalidade artística

Um objeto – ou ação – reconhecido como obra de arte é algo que foi realizado a partir de uma proposição (projeto de obra) que inclui sua negatividade no seu conceito fundador. O artista,

ao propor uma nova obra, pactua com a intencionalidade de não ser reconhecido como replicador da arte já instituída. A obra resiste seguir as regras forjadas em obras já incluídas no sistema das artes e apresenta-se como fundadora de mundo. Todavia, tal negatividade insere-se numa proposição atravessada pela história que torna possível sua existência como arte.

O projeto poemático provém do nada, no ponto de vista de que nunca aceita a sua oferta a partir do habitual e do que até então havia. Todavia, nunca vem no nada, na medida em que o que por ele é lançado é só a determinação retida do próprio ser-á-histórico. (Heidegger: 1999, p. 61)

Esta prática, em si, poderia ser confundida com toda e qualquer ação criativa. É ação diferencial em relação às ações que lhe servem de matriz ou referencial e, assim, cria algo que, por possuir alguma singularidade, pleiteia o *status* de original. Todavia, não é deste fenômeno que estamos falando. Embora seja óbvio que a prática artística está relacionada com a ação criativa – e com todo e qualquer processo de construção de conhecimento –, o fenômeno artístico implica numa *intencionalidade* própria, anterior ao processo de confecção da obra, que se manifesta na *proposição*³ da obra. Tal proposição somente se apresenta e pode ser percebida na forma da obra. É na obra e a partir dela que o observador intui e compreende as regras daquela proposição.

Poderíamos dizer, então, que a proposição está para o sujeito de uma oração, assim como a obra está para o predicado. No entanto, ao discorrer sobre a relação entre a estrutura do enunciado que define a coisa e a própria estrutura da coisa, Heidegger alerta:

³ A palavra aqui adotada poderia ser 'conceito'. Não utilizamos a expressão 'conceito de obra' para evitar leituras reducionistas do presente artigo, limitadas às proposições artísticas que incluem a negatividade da própria ação que confecciona a obra de arte denominada "arte conceitual".

No fundo, nem a estrutura da proposição serve de padrão para o projetar da estrutura da coisa, nem esta se reflete pura e simplesmente nela. Ambas, a estrutura da proposição e a da coisa radicam, no seu modo de ser, na sua possível relação recíproca, numa fonte comum mais original. (1999, p.17)

Esta fonte 'mais original', comum a proposição e obra, Heidegger chama de Arte. Para nortear o desenvolvimento do seu pensamento, o filósofo recorre ao sentido original da palavra arte. Heidegger afirma ser equivocada e superficial a referência habitual ao uso da palavra grega Τέχνη (*techné*) para designar tanto uma manufatura como uma obra de arte. Na cultura helênica, essa palavra não significava nem uma coisa nem outra. Para a compreensão do seu significado naquele contexto histórico, é fundamental entender a relação conceitual que existe entre Τέχνη (*techné*) e ἀλήθεια (*Alétheia*), traduzida como a 'revelação da verdade'.

A palavra Τέχνη quer dizer muito mais que um modo do saber. Saber quer dizer: ter visto, no sentido lato do ver, que indica: apreender o que está presente enquanto tal. A essência do saber repousa, para o pensar grego na ἀλήθεια, a saber, na desocultação (*Entbergung*) do ente. Ela suporta e dirige toda a relação com o ente, na medida em que traz o presente como tal, da ocultação para a desocultação do seu aspecto; ἀλήθεια, nunca significa a atividade de um fazer (*Machen*). (Heidegger, 1999, p. 47)

A Arte é, para Heidegger, o lugar no qual se dá a *desocultação* do ser da obra, ou seja, o lugar no qual a verdade do ser-obra aparece. O que a obra é, define-se e é definido na e pela própria obra. Isso somente é possível porque na proposição da obra há a *negação* das facetas do ser-obra antes reveladas, da arte já conhecida. A obra precisa instaurar seu próprio campo de batalha e, para que isto ocorra, uma intencionalidade artística deve guiar o processo criativo do autor. Tal intencionalidade não limita o processo criativo: este não deve estar estabelecido em sua totalidade a priori, também deve ser conduzido

pela obra que está sendo feita. E isto é absolutamente fundamental, pois é esta incompletude da proposição que gera o caráter aberto da obra, o referido 'campo de batalha'.

Entendemos que esse tipo de proposição, que afirma e nega a tradição que a fundamenta, está presente em obras de arte e em jogos digitais que pleiteiam ser *fundadores de mundo*. Referimo-nos aos jogos que, desde a intencionalidade de seus autores, recusam ser produto digital que apenas replica características dos jogos já incorporados ao sistema de distribuição e consumo de games. Tal negatividade pode ser identificada pela ausência de alguns dos elementos constitutivos dos jogos de sucesso, não subserviência às 'boas práticas' de game design, subversão do uso comum dos programas empregados, ou por outra estratégia para provocar estranhamento em jogadores experientes.

Proposições deste tipo, seja no campo da arte ou dos jogos digitais, não são mera estratégia para chamar a atenção do público e da crítica. A partir de Gadamer, notamos que a faceta que nega alimenta a que afirma a tradição, e vice-versa, tornando-se complementares na atualização da historicidade na qual operam. Assim, a intencionalidade aqui referida apresenta-se como estratégia de enfrentamento da morte, que mina o perigo do adormecimento da tradição.

Tal movimento constitui a natureza da obra de arte, como coloca Gadamer, e explicita a relação entre o Tempo e a Arte. Isso dá-se não apenas na proposição da obra, mas em sua interpretação. Interpretar implica, obrigatoriamente, uma relação entre *passado* e *presente*, entre *tradição* e *futuro*.

Por supuesto, tradición no quiere decir mera conservación, sino transmisión. Pero la transmisión no implica dejar lo antiguo intacto, limitándose a conservarlo, sino aprender a concebirlo y decirlo de nuevo. De ahí que utilizemos también la palabra 'transmisión' (Übertragung) como traducción (Übersetzung). (Gadamer, 1996, p. 116)

A negatividade presente nas obras de arte e em alguns jogos digitais é, portanto, decorrente da intencionalidade de não repetir o *passado*, o já feito, buscando construir uma interpretação desde o – e com o – *presente*. Tal ato é duplamente agregador, tanto traz o passado para o presente como acrescenta elementos do presente no passado, lançando a obra em direção ao futuro. Assim, perpetua a tradição, pois gera acréscimos, dá condições do passado continuar presente e abre a tradição para novas interpretações.

Nesta perspectiva, o termo ‘tradição’ é pertinente para pensarmos os jogos digitais, apesar da juventude histórica e da falta de padrões formais estabelecidos nestes. O termo mostra-se especialmente válido quando consideramos a diversidade e a velocidade das transformações ocorridas no curto espaço de tempo que, inicia com os primeiros jogos digitais feitos em meados do século XX e chega aos títulos recentes, marcados pela diversidade de gêneros, de referências estéticas, de novos temas, de perfis de público e de objetivos visados.

Então, para avançar nessa reflexão, discutimos aqui as *intencionalidades* das proposições de jogos digitais no cenário atual. Há proposições que problematizam o conceito de jogo digital assente? Há proposições de não-games que rompem o elo com sua tradição? Como são as proposições que tanto negam como afirmam sua tradição, atualizando-a, ao invés de render-se a ou romper com ela? Como estas se relacionam com a indústria e o mercado dos jogos digitais?

2. Entre o *game* e o não-*game*

No intuito de sumarizar o conceito de *game*, citamos duas definições recorrentemente citadas por pesquisadores. A primeira, de Salen e Zimmerman (2003), define o jogo digital como um sistema no qual os jogadores se envolvem em uma disputa, um conflito artificial – o que remete à noção de “círculo mágico” de Huizinga – e balizado por regras, o qual resulta em conqui-

tas quantificáveis ou meta exequível. A segunda, de Juul (2005), afirma o jogo como um sistema baseado em regras, que leva a um resultado não apenas quantificável e variável, no qual existe a possibilidade de se chegar a diferentes resultados, aos quais são atribuídos diferentes valores. Isso faz o jogador envolver-se emocionalmente com o jogo e esforçar-se por obter melhores resultados.

Apesar de haver diferenças entre essas duas definições, ambas elencam elementos constitutivos do sistema de jogo, como regras e resultados variáveis, e enfocam o jogo em si. Tal abordagem vem sendo problematizada por teóricos que pensam os jogos de forma contextual, a partir de seus processos de produção, mediação e interpretação.

Aarseth e Calleja (2015) são exemplo disso. Estes pesquisadores diferenciam o estudo do jogo *como objeto* e do jogo *como processo*. Tomado como objeto, um jogo será sempre incompleto, pois a potência do seu código, das suas peças, do conjunto das regras, entre outros elementos, só se realizará quando um jogador ou jogadores usarem o jogo. O jogar estará sempre submetido ao processo de interpretação, envolvendo o contexto sociocultural do jogador e do próprio jogo. Isso nos leva à abordagem do jogo como contínuo processo de atualizações das suas potências, o qual sempre pode gerar novos significados e, até mesmo, demandar atualizações no jogo.

Assim, o jogar é o eixo e o jogador o personagem principal dessa via de reflexão processual sobre os jogos. Como antes colocado (Petry et al., 2013), estamos de acordo com esta abordagem. Contudo, para discutir outra problemática aqui colocada – a fronteira entre *game* e não-*game* –, optamos por adotar como eixo *proposições* de jogos que traduzem a *intencionalidade* de afirmar e negar a tradição dos jogos digitais, discutindo: tensões entre as proposições *mainstream* e *indie*; a intencionalidade subversiva do ‘mundo’ dos jogos digitais.

2.1. Proposições *mainstream* e *indie*

Pensar o jogo digital como processo, não mais como objeto, torna quase impossível a tarefa de formular definições concisas, como aquelas apresentadas no início da seção anterior.

A identificação de uma série de jogos digitais com a cultura *mainstream*⁴ não é o suficiente para definir, com precisão, o que caracteriza um jogo *mainstream*. A tarefa de enquadrar um jogo como *mainstream* é mais complexa do que, por exemplo, classificar o mesmo jogo num gênero. Assim, os *mainstream* são identificados em contraste com os jogos *indie* (independentes), os quais também carecem de uma definição precisa; juntos, figuram dois supergêneros de análise de jogos (Ferreira, 2014).

Em *sites*, *wikis* e *blogs* sobre jogos digitais, os títulos *mainstream* são apontados como resultado de um processo industrial. São jogos produzidos por grandes estúdios (como Sony, Microsoft, Nintendo, Konami, Blizzard, entre outros), envolvendo grande equipe e cifras compatíveis com a indústria do cinema. Nesses jogos emprega-se tecnologia de ponta, busca-se a perfeição técnica e, geralmente, atinge-se grande vendagem.

Ferreira (2014) destaca duas especificidades que marcam o processo *mainstream*. Primeiro, a estratégia de distribuição, envolvendo campanha publicitária arrojada, veiculação do jogo em mídia física com embalagem sedutora e dispendiosa, comercialização em lojas tangíveis, desde as especializadas em jogos até as de departamento. Segundo, devido ao tamanho colossal da equipe

envolvida, seus profissionais assumem atividades extremamente especializadas (por exemplo, ‘artista de desenvolvimento de visual de sombra e luz sênior’). Estes conquistam a maestria técnica em sua especialidade, entretanto, “(...) não possuem controle do processo criativo, sendo muitas vezes relegados a um trabalho extremamente técnico” (p. 5).

Já o processo *indie*, afirmado pela negatividade do *mainstream* sem deixar de apresentar-se como jogo, permite maior controle criativo. Envolve uma equipe pequena, geralmente não envolve grandes investidores, nem meios tangíveis para veiculação do jogo. Seus criadores costumam optar pela distribuição *online* e independente, como fez o estúdio Amanita Design, distribuindo a versão para PC do jogo *Machinarium* em seu próprio site e na plataforma de comercialização independente Steam, antes mesmo de vender via Amazon.

Esse contraste de modelos evidencia as diferenças dos processos de criação e desenvolvimento ali envolvidos. O processo *mainstream* é altamente fragmentado e reporta-nos ao modelo fordista de produção (Ferreira, 2014, p. 14). Já o processo *indie* exige uma atitude de empreendedor coletivo, trabalhando em equipes pequenas, nas quais todos estão implicados em todas as etapas de concepção e desenvolvimento. Estabelecendo relações com a história da arte, pode-se dizer que o processo *mainstream* lembra as *lojas*⁵ medievais, bem como o processo *indie* remete às *oficinas* do início da Idade Moderna.

⁴ *Mainstream*, literalmente traduzido como ‘corrente principal’, é termo utilizado em diferentes formas de manifestação artístico-culturais (como cinema, música, literatura e jogos digitais) para designar produtos afins aos padrões de gosto da maior parte da população. Aqui, tomamos o termo para problematizar a incerta fronteira entre *game* e não-*game*, entendendo que há imprecisões no sentido corriqueiro a ele atribuído no âmbito dos jogos digitais, assim como de seus sinônimos: AAA ou *Triple-A*.

⁵ As lojas existiram no período medieval, quando a encomenda de obras de arte tinha por base a arquitetura e era solicitada, quase exclusivamente, pela Igreja. Os artistas de uma loja (um especializado em painéis, outro em esculturas, outro em mobiliário e assim por diante) se estabeleciam no local de uma obra e ali permaneciam enquanto houvesse trabalho. Existia uma hierarquia rígida nesse processo de produção: o arquiteto e o mestre de obras comandavam os trabalhadores, mas faltava liberdade até mesmo ao arquiteto, o qual deveria seguir à risca as indicações da autoridade eclesial (Hauser, 1999, p. 252).

As oficinas independentes surgem com o ressurgimento das cidades, com mestres artistas estabelecendo seu local fixo e próprio de trabalho. E como era alta a concentração de artistas numa mesma cidade, um sistema cooperativo mostrou-se necessário, as *guildas*, com função semelhante à dos *clusters* de desenvolvedores de jogos digitais dos dias de hoje. Cada oficina tinha liberdade de escolher quais encomendas aceitar e, nas produções que realizava, de evidenciar o estilo do seu mestre. Na medida em que houve a transferência do trabalho artístico dos grandes canteiros de obras para os pequenos ateliês dos mestres, houve inovações tecnológicas, formais e conceituais a partir das oficinas. Diferente das obras monumentais demandadas pelo poder eclesiástico às lojas da Idade Média, os artistas das oficinas produziam, para a nascente classe média, obras em escala menor, com custo não tão elevado, com temas e estética mais atuais. Assim, as novas proposições artísticas formuladas nas oficinas acarretaram mudanças que marcaram a arte até o século XIX.

Se a escolha de dimensões mais modestas e de um material menos pretensioso resultou de uma *mudança de gosto*, ou se o novo estilo mais flexível, mais sutil e mais expressivo, resultou das *mudanças de materiais e condições*, é difícil dizer. Em todo caso, a pequena escala e o material mais manuseável eram um convite à *inovação* e favoreceram a transição para um *estilo mais expansivo*, mais preocupado em enriquecer e diversificar os temas representados. [itálico nosso] (Hauser, 1999, p. 265)

A adoção dessa concepção renovada de arte seguiu ocorrendo, até mesmo em grandes obras, em meio ao diálogo entre mestres artistas e representantes do Clero e do Estado. Isto sem rupturas, mas reciclando os processos antes instituídos.

De certo modo é isso que ocorre quando jogos criados por pequenos grupos independentes são disponibilizados em plataformas de grandes distribuidoras de jogos. Exemplo é o *Super Meat Boy*, criado e desenvolvido por duas pessoas

apenas (Edmund McMillen e Tommy Refenes), mas distribuído pela Microsoft na rede Xbox Live. Mesmo assim, o título costuma ser referido como um jogo *indie*. Por que?

Ferreira esboça resposta destacando a expressividade deste e de outros jogos *indie*:

Diversos designers de *indie games*, como Jonathan Blow (*Braid*), Phil Fish (*FEZ*) e Edmund McMillen (*Super Meat Boy*), afirmam que grande parte do desejo de se tornarem desenvolvedores independentes foi a possibilidade de colocar algo de si, algo de bastante particular, dentro de seus jogos. Fish, no documentário *Indie Game: The Movie*, chega a dizer, “[FEZ] Não é apenas um jogo. Eu estou tão conectado a ele. Sou eu. É meu ego, é minha percepção de mim mesmo que está em risco. Esta é *minha identidade: FEZ*. Eu sou o cara que desenvolveu *FEZ*. É isso” [itálico do leitor] (2014, p. 14).

O desenvolvedor Chris Dahlen, inclusive, defende que a categorização de um jogo como *indie* deve ser feita tendo em vista os processos que antecedem a distribuição do jogo:

Um jogo independente é qualquer jogo no qual uma pequena equipe ou mesmo um único indivíduo trabalhou, colocando nele *seu próprio ponto de vista*, fazendo com que esta equipe ou indivíduo se sentisse desenvolvendo, programando e finalizando. [itálico nosso] (Swirsky e Pajot, 2012)

Nessa perspectiva, lembrando Heidegger (1999), podemos pensar o jogo *indie* como fundador de mundo, pautado na intencionalidade de não replicar a cultura *mainstream* e, ao mesmo tempo, não recusar entrar no mercado dos jogos comerciais.

Ferreira (2014) não nos deixa iludir. Pondera que a parceria entre equipe independente e empresa distribuidora acaba por interferir na liberdade criativa e expressiva dos jogos *indie*. Para que um contrato seja firmado, por vezes a distribuidora solicita alterações no projeto original e, após o projeto estar aprovado, é comum tanto financiar o desenvolvimento como exigir a entrega de

versões parciais e do jogo completo em datas previamente estipuladas. Isso dificulta experimentações e reformulações pontuais, constitutivas dos processos criativos. E mesmo nas distribuidoras que não oferecem financiamento, a pressão sobre a equipe segue existindo, pois segue havendo datas de entrega e normativas a serem cumpridas. Ainda, como é de costume, há um percentual sobre o valor de venda dos jogos que fica com a distribuidora e outro com os desenvolvedores. Mesmo assim, estúdios independentes estabelecem acordos com grandes distribuidoras, em especial, para usufruir dos sistemas de controle de pirataria que suas plataformas comerciais possuem. Apesar de os jogos *indie* serem vendidos por valores modestos, a pirataria é prática comum entre seus jogadores. O estúdio independente Amanita Design, em 2010, estimou que cerca de 90% dos jogadores de *Machinarium* utilizavam cópias piratas. Por isso, lançou uma campanha de anistia – *Machinarium Pirate Amnesty* –, reduzindo o preço do jogo para um quarto do valor pelo qual foi comercializado originalmente⁶.

Nessa relação entre processos *indie* e *mainstream*, vale dizer que a intencionalidade que afirma e nega sua tradição pode ser praticada inversamente, assim como não praticada. Andreas Jahn-Sudmann (2008) destaca isso. Por um lado, desde a década de 1990, os grandes estúdios já têm divisões de jogos ‘especiais’ e ‘clássicos’, nos quais os designers replicam soluções estéticas criadas por equipes independentes, atendendo consumidores adversos à cultura *mainstream*. Por outro lado, boa parte dos desenvolvedores independentes tenta repisar os caminhos sedimentadas pela indústria, visto que a maioria dos jogos casuais independentes segue as mesmas convenções adotadas em grandes estúdios, ge-

ram jogos que se encaixam perfeitamente nos gêneros comerciais (como ação, estratégia e simulação), empenham-se em capturar a lógica da cultura *mainstream* e chegam a ser mais conservadores do que os próprios jogos comerciais.

2.2. Intencionalidade subversiva

A dificuldade de distinguir os processos *mainstream* dos *indie* está ligada à juventude da indústria de jogos digitais. Isso dificulta a identificação de convenções consistentes o suficiente para a análise de seus processos e, se existem padrões formais, estes ainda são vagos (Jahn-Sudmann, 2008). Ainda, a indústria não cessa de reformular suas soluções, incorporando a negatividade do game em doses homeopáticas, diversificando sua cartela de produtos e evitando perder o que lhe resta de contracultura⁷. Daí a necessidade de considerar conexões sociais, culturais, políticas e ideológicas dos jogos, numa paisagem ampla.

Em 2000, um grupo de game designers anônimos discutiu tais conexões, escrevendo o Manifesto *Scratchware* (Home, 2000). *Scratchware* é um neologismo cunhado por eles: *scratch* significa arranhão, esboço; *ware* costuma ser usado para designar programas de computador. Isso porque, como defendeu um de seus autores, o Designer R, é possível fazer bons jogos com conteúdo original, com boa jogabilidade, aparência profissional, livre de *bugs*, envolvendo cerca de 3 profissionais que trabalham de forma colaborativa, usando meios alternativos de distribuição e que cheguem gratuitamente ao público final, ou com preço de até 25 dólares.

Os autores do manifesto insurgiram-se contra acionistas e gestores de empresas que operam globalmente (EA, Vivendi, Sony, Sega e Ninten-

⁶ “Everybody who downloaded our game illegally (for free) has now a chance to redeem himself and get the latest version of the game (Win+Mac+Linux) and it’s fantastic Soundtrack only for \$5 (instead of \$20). (...) If you decide to buy the game, you can be sure you’ll support directly the developers, not any big publisher or distributor” (Forum Amanita, 2010).

⁷ Referimo-nos ao contexto social e político em que foi criado o primeiro jogo de computador: *Tennis for Two*, 1958, nos Estados Unidos. Apesar de ter sido desenvolvido num centro de pesquisa computacional para fins militares, foi programado em horários de folga, subvertendo a finalidade dos computadores daquele local.

do), dominando o mercado de desenvolvimento e de distribuição de jogos digitais. Referiram-se pouco aos jogos disponíveis no mercado. Foram contundentes em suas críticas ao processo de criação nos grandes estúdios. Clamaram por maior visibilidade autoral e liberdade expressiva. Acusaram os empresários, que têm poder de veto nas empresas, de ignorantes sobre o *prazer* de fazer jogos e de jogar, de manterem-se ocupados apenas com o retorno dos investimentos.

Enfocando a estética dos jogos, acusaram os grandes estúdios de estarem presos a uma “blinker twitch-game aesthetic”, ou “complete failure of aesthetic sense”. Como colocou o Designer X, a ‘máquina de jogos enlouqueceu’:

Instead of serving *creative vision*, it suppresses it.
 Instead of *encouraging innovation*, it represses it.
 Instead of taking its cue from our most *imaginative minds*, it takes its cue from the latest month's PC Data list.
 Instead of rewarding those who succeed, it penalizes them with development budgets so high and royalties so low that there can be *no reward for creators*.
 Instead of ascribing credit to those who deserve it, it seeks to associate success with the corporate machine.
 It is time for revolution. (...)
 An industry that was once the most *innovative* and exciting artistic field on the planet has become a morass of drudgery and *imitation*. (...)
 Death to the gaming industry!
 Long live games. (...)
 We will work in the white-hot ferment of our own imaginations, striving to produce games of enduring merit, games so fine that *generations to come* will point to them and say, this, this was important in the creation of the great artistic form we know as games.
 We will strive for *innovation* over imitation, *originality* over the tried and true. (...)
 We will work in small, committed teams, sharing a *unified vision*, striving to perfect that vision without fear, flavor, or interference. (Home, 2000)

O Designer J1 corrobora com tal ideia quando coloca: “we want making games *to be an art*, not an electronic sweatshop”. Em seguida frisa que o problema não está nesse tipo de hipermidia (jogo digital) e sim no modelo de produção industrial adotado:

This problem, also not unique to the gaming industry, is as old as *Das Kapital* and as new as The Matrix.

It's ugly,

It's pervasive,

And it can and will be changed. (Home, 2000)

A iniciativa baseou-se no Manifesto Cyberpunk, de 1997, mas lembra manifestos das vanguardas artísticas do século XX. Logo após surgirem os primeiros grupos vanguardistas (os *fauves* e os cubistas), novos grupos se formaram, questionando os vanguardistas que os antecederam. Viu-se, por cerca de meio século, a exteriorização da ideia heideggeriana de que toda proposição de obra inclui a negação do ser-arte revelado em obras já reconhecidas.

Como sumariza De Fusco (1988), na Itália de 1909, o Manifesto Futurista repudiava ‘todas as formas de imitação’ e clamava pela limpeza radical de temas ‘gastos’ e ‘mofados’ em prol da expressão da vida moderna; na França de 1918, o *Après le cubisme* (texto publicado como manifesto do Purismo) criticava a repetição de padrões estéticos cubistas que vinham tomando conta do cenário artístico, propondo uma reformulação substancial nas produções artísticas; nessa mesma linha, na Alemanha de 1919, o manifesto que instituiu a escola de design Bauhaus propunha a ‘síntese das artes’, problematizando a relação excludente que existia entre artistas e artesões, produção industrial e artesanal, aquilo que tem qualidade estética e o que é produzido em larga escala; novamente na França, em 1924, o Primeiro Manifesto Surrealista questionava a racionalidade na arte e lançava estratégias para que se pudesse ‘expressar o funcionamento real do pensamento’. Estes manifestos, entre outros, solicitavam maior liberdade criativa e a reformulação da arte, refutando práticas e padrões artís-

ticos por eles reconhecidos como convencionais – mesmo aqueles que eram tomados como atuais ou inovadores por boa parte do público não especialista.

A liberdade solicitada por tais artistas – bem como pelos designers do Manifesto Scratchware –, não diz respeito apenas ao processo de produção de obras ou jogos. Expressa *intencionalidade* de sacudir a tradição com a qual os artistas ou os designers se relacionam. Pleiteia criar ‘campos de batalha’ nos quais se problematiza a posição da arte ou dos jogos digitais na sociedade.

Flanagan propõe cruzamentos entre jogos e a arte do século XX como estratégia para oxigenar os processos de proposição de novos jogos. Reportando-se a trabalhos que subverteram formas de uso das linguagens artísticas e formatos de obra amplamente aceitos, afirma:

(...) a provocative look at how artists can challenge ideas, beliefs, and social expectations and subsequently transform them in their work. These experiments are particularly worthy of note in an era of increasing financial stakes in the games industry, the decline in “street protest” and civil actions, and citizens’ overall lack of time and sense of agency. Taking wild chances to provoke, disrupt, and change even in play appears to be risky business. (Flanagan, 2009, p. 3)

O desafio das ideias, crenças e expectativas do público por meio da arte não se deu via especialização, maestria técnica, ou aperfeiçoamento em práticas já estabelecidas. A provocação feita pelos artistas está em lançar proposições que problematizam não apenas convenções formais da arte, mas estruturas sociais e econômicas assentes (Flanagan, 2009). Duchamp, tanto nas ações artísticas que realizou como nas entrevistas que concedeu, foi enfático sobre a importância de o artista negar as *abordagens* artísticas já conhecidas.

As Marcel Duchamp said in 1946, ‘The great trouble with art in this country [the United States] at present, and apparently in France also, is that

there is no spirit of revolt – no new ideas appearing among the younger artists. They are following along the paths beaten out by their predecessors, trying to do better what their predecessors have already done. In art there is no such thing as perfection. And a creative lull occurs always when artists of a period are satisfied to pick up a predecessor’s work where he dropped it and attempt to continue what he was doing. When on the other hand you pick up something from an earlier period and adapt it to your own work an approach can be creative. The result is not new; but it is new inasmuch as it is a different approach.’ (Flanagan, 2009, p. 3)

Flanagan transpõe essa estratégia ao campo de game design, citando jogos ativistas (activist games) que intervêm em questões sociais específicas. Ou seja, não apenas exercícios puramente conceituais sobre jogos digitais, nem de confronto aos processos *mainstream*. Seu diferencial está mais nos temas, enredos narrativos, personagens e na função social que apresenta; e menos em elementos como sua mecânica e jogabilidade.

A intencionalidade subversiva não se manifesta apenas em proposições de artistas e de game designers. Pode ser proposta pelos jogadores, por exemplo, jogando de modo a subverter regras e metas de um dado jogo. Isso é possível porque, enquanto sistemas complexos, os jogos permitem uma interação profunda, a realização do conceito de *agência* (Murray, 2003). Muito mais do que participar de um universo ficcional e realizar atividades segundo determinadas regras, o jogador pode explorar a liberdade e autonomia que esses sistemas oferecem. Pode realizar escolhas compatíveis com uma meta por ele definida e ressignificar as devolutas que o sistema lhe apresentar. O agenciamento subversivo de um jogo pode ser tão gratificante ou mais do que aquele que segue regras e persegue metas predefinidas.

Esse modo de jogar subversivo é nomeado por Flanagan como jogar ativista, ou crítico. Trata-se de uma forma de agência que pode ser pratica-

da em qualquer jogo, independentemente de quão estruturado ele for. Basta que o jogador explore de forma consistente o jogo, atuando na fronteira entre o que é e não é permitido, entre as regras do jogo e suas expectativas. Trata-se de uma posição não apenas subversiva, mas que que traz consigo a ironia e a ludicidade que marcam a arte contemporânea.

3. Considerações finais

Construímos uma argumentação teórica no intuito de explicitar elos possíveis entre a *intencionalidade artística* e a *intencionalidade subversiva* manifesta em proposições de jogo.

Da mesma forma que nem toda a pintura é obra de arte, nem todo o jogo digital com imagens e musicalidade bem elaboradas pode ser adjetivado como artístico. Para que uma pintura seja arte é necessário que esta tenha sido elaborada com a *intencionalidade* (Heidegger, 1999) de ser reconhecida como obra, contendo tanto a negatividade como a afirmação da tradição artística que a sustenta (Gadamer, 1996).

O mesmo vale para os jogos – artísticos ou não –, quando se tem a intencionalidade de atualizar a ainda jovem tradição dos jogos digitais. Discutimos isso, seja apontando limitações da abordagem de jogo como objeto (Salen e Zimmerman, 2003; Juul, 2005), ou atentando para a necessidade de pensá-lo como processo (Aarseth e Calleja, 2015). Enfocamos a impossibilidade do jogo como não-game, ou seja, de romper radicalmente com a tradição de jogos digitais sem deixar o ser-jogo se esvair. Defendemos a importância de designers e desenvolvedores de jogos construírem proposições que tanto afirmam como negam a tradição que os fundamenta, evitando conservadorismos. Isso já se manifesta nas incoerências internas dos processos *mainstream* e *indie* (Jahn-Sudmann, 2008; Ferreira, 2014), no *Manifesto Scratchware* (Home, 2000) e, inclusive, no *jogar crítico* (Flanagan, 2009) que subverte e atualiza o ser do jogo – aspectos aqui discutidos.

Assim, detivemo-nos à dimensão teórica e histórica da intencionalidade subversiva que atualiza e consolida os Jogos digitais. Abordamos a questão escutando o sujeito proponente de jogos – e não o jogador. Não chegamos a analisar jogos desenvolvidos para serem game e não-game, simultaneamente. Exemplos podem ser encontrados entre ambientes ficcionais e imersivos que a comunidade gamer costuma denominar *walking simulators*, como *Dear Esther* e *Protheus*⁸. Face aos limites da natureza de um artigo, abordaremos tais questões em um próximo, analisando estes jogos e estabelecendo paralelos com conceitos oriundos da arte moderna e contemporânea. O personagem *flâneur* de Baudelaire, a noção de *deriva*, dos dadaístas, e de *errância lúdica* dos situacionistas e de Richard Long, são elementos com os quais estamos ‘jogando’ no processo de análise.

Por fim, vale dizer que a tese aqui defendida é estratégica, no intuito de fazer eclodir o ‘espírito de revolta’ do qual sentia falta Marcel Duchamp, em meados do século passado, quando os movimentos vanguardistas se tornavam escassos e as revoltas pós-vanguardistas ainda estavam em estado de latência.

Que revoltas podem surgir no mundo do design de jogos digitais?

Referências

- AARSETH, E.; CALLEJA, G. (2015). The Word Game: The Ontology of an Indefinable Object. In: *Proceedings of the Philosophy of Games-conference*, Berlin.
- BAHIA, A. B.; VARGAS, A. C. (2013). Game como dispositivo para experiências artísticas. In: Petry, A. Trindade, E. Petry, L. Llano, N. *Comunicação & Antropologia visual*. São Paulo: USP.

⁸ *Dear Esther*, apesar de ter sido proposto a partir de pesquisa acadêmica, foi desenvolvido e lançado pelo estúdio The Chinese Room, em 2012. *Protheus* é título do estúdio Curve Digital e foi lançado em 2013.

- DE FUSCO, R. (1988). *História da arte contemporânea*. Lisboa: Presença.
- FERREIRA, E. (2014) Diz-me com quem andas e direi o quão 'indie' és: relações entre gênero e mercado no cenário dos videogames independentes. In: *IV Congresso Internacional Comunicação e Consumo*. São Paulo, ESPM, pp. 1-15.
- FLANAGAN, M. (2009). *Critical Play: Radical Game Design*. Cambridge: The MIT Press.
- Forum Amanita. (2010). *Machinarium Pirate Amnesty*. [on line] Disponível em < <http://forum.amanita-design.net/index.php?topic=1115.msg5419#msg5419>>. Acessado em 26/05/2016.
- GADAMER, H. G. (1996). *La actualidad de lo bello*. Barcelona: Paidós.
- HEIDEGGER, M. (1999). *A origem da obra de arte*. Lisboa: Edições 70.
- HAUSER, A. (2000). *História social da arte e da literatura*. São Paulo: Martins Fontes.
- Home of the Underdogs. (2000). *Scratchware Manifesto*. [on line] Disponível em <<http://www.homeoftheunderdogs.net/scratch.php>>. Acessado em 25/05/2016.
- JAHN-SUDMANN, A. (2008). Innovation NOT Opposition: The Logic of Distinction of Independent Games. In: *Eludamos. Journal for Computer Game Culture*, North America, 2.
- JUUL, J. (2005). *Half-real: Video games between real rules and fictional worlds*. Cambridge: MIT Press.
- MURRAY, J. (2003). *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: UNESP e Itaú Cultural.
- PETRY, A.; BAHIA, A.; CLUA, L.; BATTAIOLA, A.; PETRY, L.; VARGAS, A. (2013). Parâmetros, estratégias e técnicas de análise de jogo: o caso A mansão de Quelícera. In: *Proceedings of SBGames 2013*. São Paulo, pp. 141-151.
- SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. (2003). *Rules of play: Gamedesign fundamentals*. Cambridge: MIT Press.
- SWIRSKY, J.; PAJOT, L. (2012). *Indie Game: The Movie*. Canadá: Constantin Film.
- VARGAS, A.; BAHIA, A. B. (2008). The game as an aesthetic experience. In: *Summer Institute on Imaginative Education*. Vancouver, Simon Fraser University, p. 30.
- VARGAS, A.; BAHIA, A. B.; BORM, R. (2013). Da arte ao game: processo de criação artística para mobile game. In: *Proceedings of SBGames 2013*. São Paulo, pp. 106-114.