

FIFA 12, futebol e videogame: representações sobre os dois jogos

FIFA 12, football and videogame: representations about the two games

Carmelo Silva | carmelodsilva@hotmail.com
Mestre em Comunicação pelo PPGCOM/Uerj.

Resumo

A partir do conceito de campo social, segundo Pierre Bourdieu, e da teoria das representações sociais (Moscovici, 2003; Jodelet, 2001), o presente artigo tem por objetivo discorrer sobre as interações entre o futebol *association* no videogame *FIFA 12* e o seu correlato original, o futebol *association* profissional. Analisando o jogo virtual e a consequente recepção deste por parte do público usuário, lançamos uma luz sobre a relação entre as duas formas de se jogar e consumir o produto futebol e suas representações sociais.

Palavras-chave: Comunicação; Videogames; Futebol; Teoria das Representações Sociais.

Abstract

Having as starting points Pierre Bourdieu's social field concept and the Social Representations Theory, from Moscovici and Jodelet, the present article aim to discuss the interactions between the football association in the FIFA 12 videogame and its original counterpart, the professional football association. Analyzing the virtual game and its reception by the public, we clarify the relation between the two ways of playing and consuming the football product, and the social representations involved.

Keywords: Communication; Videogames; Football; Social Representation Theory.

1 - O FUTEBOL E OS VIDEOGAMES

Os videogames baseados em esportes têm a desvantagem de não oferecer ao jogador as inúmeras possibilidades apresentadas por outros tipos de jogos, como os de tiro, aventura e RPG¹. No videogame “esportivo”, há uma partida, uma competição a ser jogada, e nada mais. Em jogos como *Grand Theft Auto (GTA)* e *Assassin’s Creed*, para citar dois títulos, o jogador é praticamente livre para fazer seu próprio caminho, sua própria “vida” dentro do jogo. Em *FIFA 12*, isso ainda não é possível, mas a interatividade alcançou um nível bastante elevado, permitindo ao usuário coisas antes inimagináveis como, por exemplo, criar e gerenciar seu próprio clube, com todos os prós e contras que tal posição agrega. Há que se contratar (e eventualmente demitir) atletas e profissionais diversos (técnicos, gerentes, fisioterapeutas), negociar contratos, preços, comprar estádios, entre outras tarefas administrativas.

O futebol *association* é um dos esportes mais populares do planeta. Obviamente, os desenvolvedores de brinquedos em geral, e de jogos eletrônicos em particular, não demoraram a perceber esse filão inexplorado do mercado. Foram muitos os produtos de entretenimento associados ao futebol criados até hoje.

No que tange aos jogos eletrônicos, especialmente os chamados videogames (dispositivos de imagem com a interação do usuário através de uma interface gráfica), o futebol foi apropriado e disponibilizado desde fins dos anos 1980, com as franquias *Kick Off* e *Sensible Soccer*. Apesar do mimetismo, nem estes dois pioneiros e nem os posteriores chegaram a ter o reconhecimento oficial das autoridades esportivas, nesse caso, a Federação Internacional de Futebol *Association (FIFA)*.

O primeiro videogame endossado pela instituição foi *FIFA International Soccer*, lançado em 1993, para os consoles Nintendo e 3DO. O jogo foi criado pela empresa Electronic Arts (EA), por meio de seu departamento voltado para jogos baseados em esportes. A nomenclatura foi-se alterando, diminuindo até chegar ao atual, simplesmente *FIFA* acrescido do ano: *FIFA Soccer 95*, *FIFA Soccer 96*, *FIFA Soccer 97*, *Road To World Cup 98*, *FIFA 99*, *FIFA 2000*, *FIFA Football (2001 – 2005)* e *FIFA (06 -12)*. *FIFA 12* é o décimo nono título da série de videogames de futebol da EA.

2

3

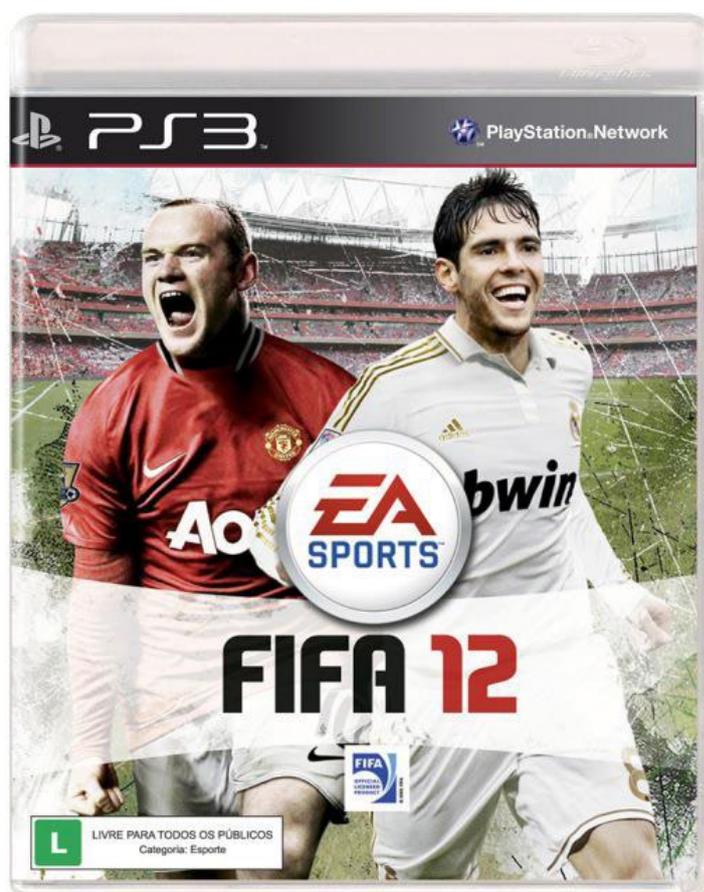


Figura1: Capa do FIFA 12

Lançado em setembro de 2011 no mercado mundial, o videogame foi desenvolvido no Canadá pela empresa estadunidense Electronic Arts Sports, sob a chancela da maior autoridade mundial em futebol *association*, a *FIFA*. A versão trouxe muitas novidades em relação às anteriores, como, por exemplo, vários diferentes modos de jogo *online* e *offline*, o controle de dribles (*precision dribbling*) e um mecanismo de controle de impacto (*player impact engine*) dos jogadores totalmente inovador. Tal mecanismo tornou a interface gráfica do jogo muito mais realista, além de aumentar sensivelmente o controle do usuário e o nível de jogabilidade.

2 - TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

A representação social pode ser compreendida como um conjunto de valores, crenças, ideias e práticas compartilhadas pelos membros de um grupo social. O termo teve origem a partir de Durkheim. A teoria das representações sociais tem suas bases fixadas pelo psicólogo romeno Serge Moscovici. Nas obras *A Psicanálise*, sua imagem e seu público (1961) e *Atitudes e opiniões* (1963), ele percebeu a existência desse “algo” que possibilita a manutenção da ordem e da comunicação entre os indivíduos. Um conceito mais elaborado foi cunhado pelo próprio autor.

Segundo ele, as representações sociais:

Convencionam os desejos, as pessoas ou os acontecimentos que encontram. Elas lhes dão uma forma definitiva, as localizam em uma determinada categoria e gradualmente as colocam como um modelo de determinado tipo distinto e partilhado por um grupo de pessoas. Todos os novos elementos se juntam a esse modelo e se sintetizam nele. (MOSCOVICI, 2003, p.34)

Assim, as representações sociais tenderiam a facilitar a compreensão entre os indivíduos de uma comunidade, ajudando a forjar opiniões parecidas, tanto dentro de um grupo quanto projetando as opiniões desse grupo para os outros grupos sociais. As representações do objeto representado “substituiriam” as noções pré-existentes do próprio objeto, transformando o abstrato (opiniões) em concreto. Como é impossível conhecer tudo a respeito de tudo, as representações sociais “simplificariam” a compreensão acerca do mundo social. Apesar de ter cunhado o termo, Moscovici diz que: “I did not even try to propagate the theory of social representations, as I was aware of the numerous obstacles” (Eu nunca tentei propagar a teoria das representações sociais, pois eu conhecia os vários obstáculos)².

4

Através da propagação de ideias pré-concebidas a respeito de um objeto, vão se formando opiniões, conceitos e estereótipos a seu respeito. Apesar da falta de uma conceituação formal por parte do autor, a teoria vem se desenvolvendo. Denise Jodelet, uma das estudiosas que se dedicou ao tema, propôs o seguinte conceito de representações sociais:

Uma forma de conhecimento socialmente elaborada e partilhada, com um objetivo prático e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social. Igualmente designada como saber de senso comum ou ainda saber ingênuo, natural, esta forma de conhecimento é diferenciada, entre outras, do conhecimento científico. Entretanto, é tida como objeto de estudo tão legítimo quanto este, devido à sua importância na vida social e à elucidação possibilitadora dos processos cognitivos e das interações sociais (JODELET, 2001, p. 22).

A teoria das representações sociais também nos ajuda a compreender as relações entre os veículos midiáticos e o público usuário, bem como as interações e reinterpretações efetuadas nessas relações.

Tendo por base as representações sociais criadas em torno destes dois objetos de análise, futebol e videogames, percebe-se que, em seu público alvo, há um entrelaçamento de interesses e valores que facilitaram as apropriações e a interação desses dois campos³ e saberes. É notório que o principal grupo de usuários de videogames é formado por jovens, mesma faixa etária dos indivíduos mais aficionados por futebol. Diante dessa interseção de interesses, a adoção do futebol virtual pelos amantes do futebol “real” foi facilitada. Além de comungar o público e os interesses,

o futebol virtual se apropriou de outra prática já bastante difundida entre os adeptos deste esporte: o costume de se assistir às partidas de futebol profissional através da televisão. Com a grande abrangência deste veículo atualmente, quando praticamente todas as partidas importantes de todas as competições do futebol profissional sendo televisadas, torna-se ainda mais fácil para os consumidores migrar de um modo (futebol “real” televisado) para o outro (futebol virtual na mesma tela de televisão).

Cientes dessas familiaridades, e ávidos por aumentar sua fatia de mercado, os fabricantes de jogos para videogames já “empregam” em seus jogos não apenas as práticas correntes das transmissões televisivas, mas até mesmo os profissionais (jornalistas, narradores, comentaristas) da televisão. As capas dos videogames também têm as fotos de futebolistas famosos e consagrados, como Kaká, Neymar, Cristiano Ronaldo e Rooney. No videogame *PES 12*, maior rival do *FIFA 12*, o comentarista Sílvio Luis, verdadeiro ícone das transmissões esportivas brasileiras, empresta sua voz e seus bordões (“olho no lance!”, “Nossa senhora”, “Quê que eu vou dizer lá em casa?” “Pelo amor dos meus filhinhos!”, “Pelas brabas do profeta!”, entre outros) à transmissão dos bonecos de *pixels*, comandados pelo *joystick*⁴.

Além destas práticas e apropriações na emissão (fabricantes dos jogos), é discernível a transferência de valores também no eixo receptor. Por exemplo, como os consumidores/jogadores têm, normalmente, preferência por algum clube de futebol profissional, essa preferência é automaticamente transferida para a representação virtual do time no videogame. As interações proporcionadas pelo jogo também sofrem as influências de paixões clubísticas, rivalidades regionais e nacionais, bem como alterações de comportamento e atitude próprias da assistência aos jogos “reais” de futebol.

4 - CAMPO SOCIAL

Para tentar um melhor entendimento sobre as interações entre os indivíduos diante da apropriação de características de um objeto (futebol “real”) para o outro (futebol no videogame), além da citada Teoria das Representações Sociais, nos munimos do conceito de campo social, conforme entendido pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu. O autor vê a interação entre os indivíduos, que ele chama de agentes, ocorrendo dentro de um “espaço” ou campo social. Para Bourdieu (2003), a constituição dos sujeitos se dá a partir do social para o individual. A formação dos sujeitos ocorre por incorporações situadas dentro do espaço (campo) social, e sob a lógica deste espaço. Essa pré-disposição, porém, é redimensionada segundo a ótica e a trajetória individual dos agentes.

O campo social vem a ser um espaço social estruturado, um conjunto de posições distintas e coexistentes, exteriores umas às outras, definidas umas em relação às outras por sua exterioridade mútua e relações de proximidade, de vizinhança ou de distanciamento, e também por relações de ordem, como acima, abaixo e entre. Dentro desse espaço social, os agentes se distribuem (e se enfrentam) de acordo com o seu total acumulado de capital, tentando aumentar a quantia de capital (econômico, social, cultural, etc). O conceito de campo foi proposto originalmente em *Questões de Sociologia* (1980). Os campos sociais são espaços de enfrentamento, conflitos e tensões, cada um com suas próprias regras, princípios e hierarquias. Sua definição se dá internamente, através da constituição de redes gregárias de afinidade ou conflito entre os agentes. Assim, cada campo possui seus princípios próprios de organização, interesses e valores. Segundo o próprio Bourdieu:

Tendo a pensar que a estrutura da maioria dos campos, da maioria dos jogos sociais, é de tal ordem que a competição, a luta pela dominação, é quase inevitável. Ela é evidente no campo econômico, mas até no campo religioso verifica-se que essa descrição é correta. Na maioria dos campos podemos observar o que caracterizamos como uma competição pela acumulação de diferentes formas de capital (religioso, econômico, cultural, etc). (BOURDIEU, P. in ZIZEK, S. 1996, p.271).

O mundo virtual criado pelos videogames em rede não é diferente. Os agentes/jogadores/usuários/consumidores jogam não apenas para conquistar a vitória numa partida (*match* no *FIFA 12*, que ainda não foi traduzido para o idioma lusitano), mas também, e principalmente, para acumular “capital social”⁵: moedas, pontos, prestígio, que serão utilizados em comparações (e trocas) com outros jogadores. Como no tradicional jogo de golfe, onde cada jogador possui e exhibe o seu *handicap*, no *FIFA 12* o usuário tem seu *record* (número de vitórias, empates e derrotas conseguidas) exibido junto ao seu perfil. Uma lista hierárquica decrescente (*ranking*) diz ao jogador e a seus pares qual a habilidade deste. Os indivíduos/jogadores/agentes interagem no espaço proporcionado pelo videogame, tentando acumular o capital social, aqui expresso de duas maneiras: moedas virtuais (*coins*) e vitórias nas partidas e nos torneios, tanto contra a máquina (modo *offline*), quanto contra outros jogadores ‘reais’ (modo *online*). É possível encontrar na rede, em páginas de compartilhamento, vídeos postados pelos usuários em que exibem orgulhosamente suas conquistas, não apenas vitórias em partidas, mas também acúmulo de *coins* e posse dos jogadores mais cobiçados.



Figura 2: detalhe do jogo FIFA 12 em uma cobrança de falta.

7

5 - JOGABILIDADE E INTERATIVIDADE

Entre as várias possibilidades trazidas pelo *FIFA 12* destacam-se os modos de jogo “em rede” (*online*) e o *ultimate team*. Nos modos “em rede”, o jogador pode jogar contra adversários de todas as partes do mundo, bastando para isso conectar (através de um cabo de rede *ethernet*, vendido separadamente) seu vídeo game aos servidores da produtora EA dedicados ao jogo *FIFA 12*.

Já no modo *ultimate team*, exclusividade do *FIFA 12* e um dos mais celebrados pelos usuários, o jogador cria um perfil e, sob esta égide, monta seu “clube de futebol”. A partir daí se vê “forçado” a conviver com os problemas rotineiros do futebol profissional: contratação de jogadores, treinadores, preparadores físicos, contusões de jogadores que o impedem de escalar seus melhores atletas, compras de estádios, equipamentos (como bolas e uniformes) e gerenciamento das finanças do clube (não há uma moeda “real”). O jogo utiliza a nomenclatura *coins* (moedas, em inglês, idioma oficial do jogo *FIFA 12*).

O videogame *FIFA 12* permite, entre seus vários modos de jogo, bastante interatividade. O jogador pode, além do básico, jogar contra adversários d’além-mar, mandar mensagens de texto ou de voz (a qualquer momento, antes, durante ou após uma partida), convidar um amigo para um jogo, comparar suas conquistas com a dos seus amigos e com a média geral, ser atualizado automaticamente sobre os resultados alcançados pelos

outros jogadores (por exemplo, um menu indica que o jogador zezinhobacana02 acaba de disputar uma partida “*head to head*” e venceu por 3 X 1).

Sendo um jogo desenvolvido em países estrangeiros, como a maioria dos videogames, algumas vezes ocorre alguma falha em relação ao mercado consumidor nacional. No caso do *FIFA 12*, essa falha, a mais criticada por brasileiros em fóruns virtuais, é a ausência de narração em português. Não há essa opção e, mesmo com inúmeros pacotes de atualização após o lançamento, não foi adicionada uma narração no idioma de Camões. Além da narração em idioma estrangeiro, a maioria dos menus e opções do jogo também não foi traduzida para o português. Outra falha é que apenas três clubes argentinos estão representados (Boca Juniors, River Plate e Racing). Alguns países têm todos os times da primeira divisão (caso do Brasil); já outros possuem os da primeira e segunda (Alemanha, Espanha e França). A Inglaterra têm até mesmo os clubes da terceira divisão. A ausência da liga argentina pode ser considerada uma grande falha já que a Argentina é um importante pólo formador de jogadores profissionais, é bicampeã mundial e país de origem do melhor jogador do mundo, Lionel Messi. O tradicional clube onde Messi iniciou sua carreira, Newel’s Old Boys, por exemplo, não está no *FIFA 12*. Além dos três clubes argentinos citados, restam aos argentinos a seleção argentina e os atletas que jogam em grandes clubes da Europa.



Figura 3: detalhe do jogo FIFA 12 na tela de gerenciamento do time

6 - SOB AS BÊNÇÃOS DA FIFA

A *FIFA* vêm, repetidamente, demonstrando apoio ao jogo de futebol *FIFA 12*. Seja através de declarações e matérias em seu veículo oficial de divulgação (*website*), ou mesmo organizando e divulgando sua copa do mundo de futebol virtual (*FIFA Interactive World Cup*, realizada desde

2004). Esta competição virtual vem superando a cada ano o número de participantes, e está incluída, desde 2010, no livro Guinness dos *Recordes Mundiais*. A página oficial da *FIFA* assim se pronuncia sobre o videogame e a disputa do campeonato virtual:

FIFA and Presenting Partners EA SPORTS™ and PlayStation® are delighted to announce that this year's edition of the *FIFA Interactive World Cup* (FIWC) has reached a significant milestone, with one million players now registered for the tournament.

The world's largest virtual football tournament has been part of *FIFA*'s event portfolio since 2004, initially beginning as a series of live consumer events around the globe. The introduction of PlayStation®3 (PS3™) and its *online* playing mode for FIWC 09, through PlayStation® Network, had a huge impact on the reach of the event, resulting in exponential growth in participant figures, as highlighted by an increase from 28,000 players in 2008 to one million in 2012.

Having been awarded a place in the prestigious Guinness World *Records* as the largest *online* gaming tournament in the world for FIWC 10 (775,000 players) and FIWC 11 (869,543 players), the event has yet again broken all of its own *records*, reaching the one million mark with more than two months to go before the end of qualifying for the Grand Final.

To celebrate reaching one million players, *FIFA* has carried out a survey of more than 10,000 of the registered gamers. An incredible 58 per cent of players believe the virtual skills learned playing EA SPORTS' *FIFA 12* on PS3™ actually improves their real-life skills on the pitch. The study found that when it comes to honing technique, a *match* of *FIFA 12* can prove just as effective as an actual training session.

The survey revealed that 46 per cent believe that participating in the *FIFA Interactive World Cup* has improved their understanding of football tactics when it comes to the real game. Twenty-three per cent of players credit *FIFA 12* with improving their skill and 17 per cent are convinced it gives them better awareness of other players on the pitch.

Year after year, the world's 24 best virtual footballers come together to compete at the *FIFA Interactive World Cup* Grand Final. The FIWC champion walks away with USD 20,000 in prize money and an exclusive invitation to the prestigious *FIFA* Ballon d'Or gala. Do you have what it takes to win the *FIFA Interactive World Cup*? Watch the above videos for a taste of the FIWC experience.

Contestants can still participate in this year's FIWC through an *online* tournament played on the PlayStation Network by registering "in-game" in *FIFA 12* on their PS3⁶.

Além da clara satisfação pela marca atingida de 1 milhão de participantes, o pronunciamento oficial traz dados interessantes: uma pesquisa efetuada entre os jogadores de videogame indicou que a maioria deles acredita que a prática do jogo virtual melhora sua habilidade na prática do jogo real e a compreensão das táticas do jogo. A melhor compreensão das táticas, regras e mecanismos do futebol é evidentemente possível. A

melhoria das habilidades futebolísticas “reais” através da prática virtual, porém, requer uma averiguação mais aprofundada. Uma possibilidade de investigação para pesquisas posteriores.

7 - RECEPÇÃO DO PÚBLICO DENTRO DO CAMPO SOCIAL ESPECÍFICO

Como os videogames tratam, cada vez mais, de temáticas socioculturais (vide o citado *GTA* e o cultuado *Bully*), percebe-se nos gráficos de *FIFA 12* uma tentativa de inserir essa temática mesmo que de forma sucinta. Por exemplo, quando o jogo está carregando, há uma tela de espera em que o usuário pode jogar uma espécie de jogo conhecida como *Shoot-Out*, do mesmo estilo utilizado na *Major League Soccer* (liga profissional de futebol *association* dos EUA). Nesta disputa entre atacante e goleiro, é mostrada, como plano de fundo, uma imagem da cidade em que fica o centro de treinamento. Há várias partes do mundo “representadas”, a maioria na Europa (o que talvez nos diga algo a respeito do principal público a que se dirige o produto videogame. Outro indício é que algumas competições dentro do jogo foram disponibilizadas apenas para residentes do Reino Unido). Na cidade que se refere à América do Sul, vê-se ao fundo uma favela (a única existente entre os locais representados), na cidade que representa a Ásia, há prédios futuristas e arquitetura oriental entrelaçados.

A pesquisadora brasileira Lynn Alves tem se dedicado a entender as intrincadas relações entre os jogadores, os videogames e a sociedade. A autora destaca que os videogames vêm cada vez mais se aproximando dos padrões cinematográficos, inclusive com interações e co-produções entre desenvolvedores e estúdios, e que a interatividade nos videogames tem sido uma busca gradual e incessante, tanto no pólo da criação dos jogos (desenvolvedores), quanto dos consumidores/usuários (ALVES, 2005, p. 47 e 48). Já se tornou inimaginável, para o atual padrão de desenvolvimento dos videogames, o lançamento de qualquer jogo que não possa ser jogado em rede. Tal fato é plenamente confirmado pelo *FIFA 12*.

Buscando entender as representações sociais criadas dentro deste campo social (jogadores do videogame *FIFA 12*), procedemos a uma pesquisa em páginas da rede mundial de computadores, especialmente em fóruns virtuais, visando a obter uma ideia geral acerca da receptividade que o *FIFA 12* teve entre os seus consumidores, focando nessa almejada interatividade.

Constatamos, no pólo emissor, que um dos primeiros agentes a se interessar pela resposta do público consumidor foi a própria desenvolvedora EA Sports, que criou, em seu *website* oficial, um espaço para que os aficionados pelo jogo pudessem trocar experiências e debater assuntos relacionados ao videogame⁷. Através deste fórum, os criadores do videogame podem receber uma resposta efetiva sobre possíveis falhas e pontos fortes do programa, permitindo correções posteriores. É prática corrente, desde

que os videogames passaram a se integrar à rede mundial de computadores (*internet*) de forma definitiva, a exigência de se baixar pacotes de atualização de programas e do sistema. Tais pacotes visam, além da proteção de direitos autorais e da segurança, melhorias no jogo, tais como novos uniformes dos times e alteração do plantel de jogadores dentro dos clubes. Vejamos alguns comentários encontrados nos fóruns virtuais sobre o jogo.

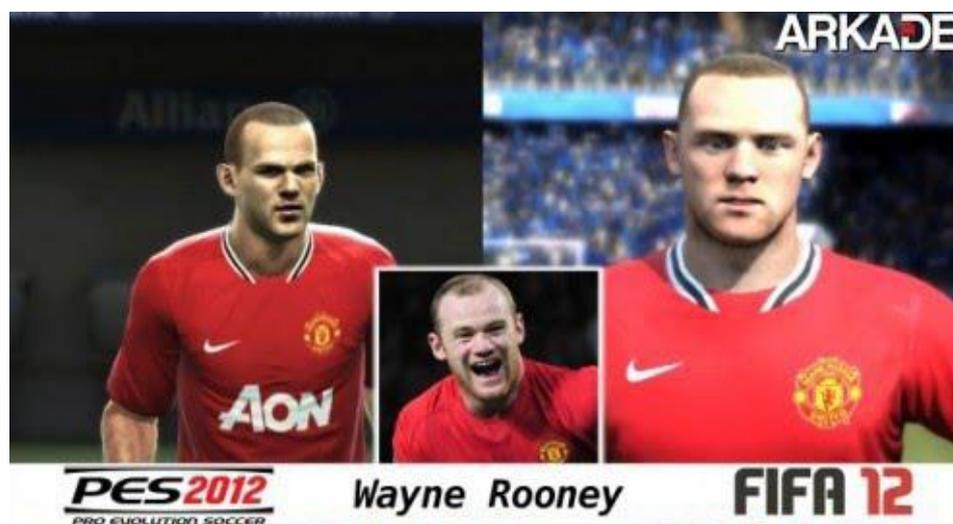


Figura 4: Wayne Rooney nas versões do PES 2012 e do FIFA 12

Na rede social (filiada ao grupo Google) Orkut, encontramos diversos espaços com acalorados debates sobre o *FIFA 12* e seu principal concorrente, o *Pro Evolution Soccer 12*, vulgo *PES 12*.

Na comunidade do Orkut “Cartola FC”⁸ (que tem 23.690 membros), o tópico “PES ou *FIFA 12*, para jogar *online*”⁹ é uma espécie de enquete comparativa entre os dois jogos, sendo opinião unânime que o *FIFA 12* supera o *PES* em quase todos os quesitos. Alguns usuários chegaram a comparar o *PES 12* ao jogo de botão (tabuleiro).

Já em outra comunidade, a “Esporte Interativo Oficial”, as opiniões ficam um pouco mais divididas, porém com o *FIFA 12* ainda superando o rival PES. Um usuário chega a fazer uma análise detalhada da diferença entre os dois jogos:

A principal é a mecânica de jogo, enquanto *FIFA* aproxima-se ao máximo da realidade com uma física aprimorada da bola, um bom sistema de colisão (acho o do 11 melhor q esse novo) e uma movimentação extremamente real, *PES* continua com seus robos em campo e com sua bola “dente de leite”, sinceramente eu acho injogavel, se *FIFA* nao existisse hoje no nivel em que esta, provavelmente eu iria jogar apenas aquele modo dirigente q tem no PES, pq quando a bola rola o jogo é sofrível (sic).¹⁰

No fórum GameVício, foi criado, ainda em 2011, um tópico em que os usuários postam seus apelidos cadastrados no jogo *FIFA 12*, o que

possibilita que convidem uns aos outros para partidas *online*. Pelas mensagens iniciais percebe-se a intenção:

E aí Galera, Vamos montar uma liga para jogarmos on-line só com times Brasileiros ????

nick: Bartee72.

Add ae NahanGiro10 Obs.. Tenho microfone caso quiser falar comigo durante o jogo... vlw(sic).

Add ae origin: -EC-KRATOS steam:tiago3228 add ae pessoal de BH. (sic)¹¹

Além de postar seus *nicknames* (apelidos no jogo), os membros do fórum ainda dão dicas sobre o horário em que costumam conectar-se ao jogo. Até o fim desta pesquisa, em 27 de março de 2012, o tópico tinha onze páginas de respostas. Percebemos que os agentes/jogadores virtuais, no campo social em questão, preferem muitas vezes enfrentar seus compatriotas, chegando ao nível local (cidade). O acúmulo de capital social (prestígio), aqui, sofre o incremento da facilidade de comunicação. Através deste fórum chegamos a um grupo na rede social *Facebook* também dedicado ao *FIFA*¹². Na mesma data, o grupo contava com 321 jogadores.

A ideia destes contatos é facilitar a procura de parceiros para um (ou mais de um) confronto. Já no fórum GO *FIFA* BRASIL¹³, acessado na mesma data, 52 usuários deixaram seus apelidos buscando parceiros para jogar *FIFA 12*. Mais um dado encontrado para reforçar o pressuposto de que, neste campo social (jogadores brasileiros de *FIFA 12*), as representações sociais criadas tendem a uma exacerbação do acúmulo de prestígio, principalmente, neste caso, entre indivíduos que compartilham o mesmo idioma nativo.

O fato de haver dois jogos rivais empenhados em conseguir a atenção (e o tempo e o dinheiro) dos consumidores levou até mesmo alguns indivíduos envolvidos no negócio do futebol *association* “real” a se pronunciarem a respeito dos videogames. O jogador profissional e ídolo do Santos Futebol Clube Neymar, por exemplo, se declarou aficionado pela série *FIFA*, disse ainda que prefere jogar com o personagem do colega Ronaldinho Gaúcho, que, segundo ele, seria mais habilidoso que o seu. O jornalista e apresentador da Rede Globo Tiago Leifert também fez um comparativo entre o *PES* e o *FIFA*. Tiago disse preferir o *FIFA*¹⁴. A Rede Globo de Televisão chegou a promover partidas de videogame entre Neymar e Tiago.

Confirma-se aqui, novamente, o entrelaçamento entre as representações sociais criadas em dois campos sociais distintos: futebol *association* profissional e futebol virtual em um videogame.



Figura 5: Neymar e Tiago Leifert em uma partida de FIFA 12

13

8 - COMENTÁRIOS FINAIS

Os videogames, assim como outras mídias baseadas em tela (televisão, computadores, telefones celulares), vêm, progressivamente, cativando a atenção dos indivíduos. Nesse universo “visual”, os *games* se favorecem de um nível de interatividade ainda não alcançado por outros meios. Em certos videogames, os usuários têm um nível de liberdade inatingível para meios como a televisão, por exemplo. Nesse ambiente, o jogo *FIFA 12* consegue agregar, além das características e atrativos próprios dos *games*, atributos de socialização do esporte mais popular do planeta, o futebol. Nossa pesquisa empírica, baseada em fóruns, seja naqueles criados pelos próprios jogadores, seja nos criados pela indústria de videogames (a desenvolvedora EA Sports), demonstrou que, para os usuários, a acumulação de prestígio (capital social) dentro do universo *FIFA 12* segue tendências oriundas no mundo futebolístico “real”. O que vem a confirmar os pressupostos de Bourdieu sobre a ação dos agentes dentro de um campo social. O entrelaçamento entre as representações sociais criadas nos dois campos sociais distintos (futebol real e futebol virtual) também fica evidente nos dados encontrados, tanto no pólo emissor (EA/*FIFA*), quanto na recepção (jogadores). Tal fato também é evidenciado na pesquisa divulgada pela *FIFA*, em que os participantes declararam que sua habilidade futebolística nos gramados reais foi melhorada com a prática do jogo virtual.

O jogo *FIFA 12*, por suas inovadoras técnicas de computação gráfica, permite ao usuário um controle e um nível de realismo até então inimagináveis. Tais inovações, associadas ao desenvolvimento de espaços próprios e diferentes formas de interação, dão aos usuários a sensação

de participação. Tal sensação fica ainda mais aguçada com a realização da Copa do Mundo *FIFA* de Futebol Virtual, aberta a qualquer usuário e com premiações em dinheiro real. A tentativa de acúmulo de capital social (prestígio, cobiça, atenção dos outros usuários) ficou evidente ao se analisar o conteúdo de diversos fóruns virtuais, bem como o próprio ambiente do jogo. As representações sociais observadas remetem a dois eixos distintos: regionalismo (em que, apesar de ter acesso a usuários do mundo todo, o indivíduo prefere buscar adversários de seu próprio país ou até mesmo de sua cidade), e transferência de propriedades e rivalidades próprias do futebol profissional para o ambiente virtual.

Dessa forma, o *FIFA 12* reúne competências de dois mundos distintos: o esporte real e o entretenimento eletrônico, sob os auspícios da maior autoridade mundial neste esporte, e com o reconhecimento de jogadores e de setores da mídia.

NOTAS

- 1 Rolling Player Game.
- 2 Moscovici. Social Representations Theory and Social Constructionism. 1997. Disponível em <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/mosc1.htm>. Acesso em: 25 mar. 2012.
- 3 Utilizamos aqui a noção de campo social, conforme entendida pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu.
- 4 Nome dado aos dispositivos controladores dos videogames.
- 5 Bourdieu nos ensina que os agentes interagem no campo social em busca da acumulação de capital (social, econômico, cultural, religioso, etc). No caso do videogame, um melhor posicionamento na hierarquia significa mais prestígio perante os adversários. Mais capital social.
- 6 A FIFA e seus parceiros EA Sports e Playstation têm o prazer de anunciar que a edição deste ano da Copa do Mundo Interativa FIFA (FIWC) alcançou a expressiva marca de um milhão de jogadores registrados no torneio. O maior torneio virtual de futebol é parte da agenda de eventos FIFA desde 2004. Iniciou-se como uma série de eventos ao vivo, ao redor do mundo, voltados para o consumidor. A introdução do PS3 e de seu modo de jogo em rede, no FIWC 2009, através da Playstation Network, trouxe um grande impacto para o evento, resultando no crescimento exponencial do número de participantes, de 28 mil jogadores em 2008 para 1 milhão em 2012.

Após entrar para o livro Guinness dos recordes em 2010 (775 mil jogadores) e 2011 (869.543), o evento ultrapassa novamente sua própria marca, alcançando 1 milhão de jogadores, dois meses antes das eliminatórias para a grande final.

Para comemorar a marca de 1 milhão de jogadores, a FIFA fez uma pesquisa entre mais de 10.000 jogadores. Uma incrível parcela de 58% dos jogadores acredita que as habilidades virtuais desenvolvidas jogando FIFA 12 melhoram sua habilidade real no campo de futebol. O estudo mostrou que, quando associada a uma técnica de aperfeiçoamento, uma partida de FIFA 12 pode ser tão efetiva quanto um treinamento real.

A pesquisa revelou que 46% acreditam que a participação na Copa do Mundo Interativa FIFA aumentou sua compreensão sobre as táticas de futebol aplicadas no jogo real. 33% dos jogadores acreditam que o FIFA 12 melhorou suas habili-

dades e 17% estão convencidos de que o jogo lhes dá maior consciência sobre o posicionamento dos outros jogadores no campo.

Ano após ano, os 24 melhores futebolistas virtuais se reúnem para competir na grande final. O FIWC distribui US\$ 20.000 em prêmios em dinheiro e um convite exclusivo para o prestigiado evento de entrega dos prêmios Bola de Ouro (FIFA Ballon d'Or gala). Você se acha capaz de vencer a Copa do Mundo Interativa FIFA? Assista aos vídeos para uma amostra da FIWC.

Os concorrentes ainda podem participar na FIWC deste ano através de um torneio virtual jogado através da rede Playstation Network, registrando-se no próprio jogo FIFA 12, em seu PS3.

Disponível em: <http://www.FIFA.com/interactiveworldcup/news/newsid=1602425/>. Acessado em 20/03/2012.

7 Disponível em: <http://forum.ea.com/uk/forums/show/50.page;jsessionid=D5DBC0947CE55D58E6F9741214B8CCDB>. Acesso em: 21 mar. 2012.

8 Cartola FC é um jogo de futebol virtual criado pela Rede Globo de Televisão, tendo como principal mecanismo de divulgação o canal por assinatura SporTV. O jogo tem mais de 2 milhões de usuários.

9 Disponível em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=110751696&id=5722691318010779033>. Acesso em: 22 mar. 2012.

10 Disponível em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=112962&id=5722299556952176810>. Acesso em: 22 mar. 2012.

15

11 Disponível em: <http://www.gamevicio.com/i/topicos/96/96639-amigos-for-play-FIFA-12/index.html>. Acesso em: 27 mar. 2012.

12 Disponível em <http://www.Facebook.com/groups/245362125513926>. Acesso em: 27 mar. 2012.

13 Disponível em: <http://goFIFABrasil.blogspot.com.br/p/jogar-online-deixe-seu-origem-id-aqui.html>. Acesso em: 27 mar. 2012.

14 Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/jogos/noticia/2011/08/tiago-leifert-diz-qual-sua-preferencia-entre-FIFA-e-pes.html>. Acesso em: 22 mar. 2012.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, L. R. G. *Game over: jogos eletrônicos e violência*. São Paulo: Futura, 2005.

BOURDIEU, Pierre. *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papyrus, 1996.

BOURDIEU, Pierre. *Um olhar sobre a ideologia*. In ZIZEK, Slavoj (org). *Um mapa da Ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

JODELET, Denise. *Representações sociais: um domínio em expansão*. In: JODELET, D. (Org.). *As representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

MOSCOVICI, *Representações Sociais: Investigações em Psicologia Social*. Petrópolis: Vozes, 2003.