

## **Jogo, imagem e tecnologia – possibilidades de ludicidade<sup>1</sup>**

Lynn Alves<sup>2</sup>

A presença dos jogos na história da humanidade tem início com a própria evolução do homem, antes até de serem estabelecidas normas e regras de convivência, às quais os sujeitos se adaptavam ou propunham outros encaminhamentos que atendessem às suas demandas. Os rituais da caça, da guerra tinham um caráter lúdico, de entretenimento, de força e poder.

Na perspectiva de Huizinga, o jogo se constitui em uma atividade universal anterior à própria cultura, dado que esta, “mesmo em suas definições menos rigorosas, pressupõe sempre a sociedade humana” (2001, p. 3) e que os próprios animais já realizam atividades lúdicas.

No decorrer do tempo, os jogos passaram a ser compreendidos pelo senso comum apenas como atividades de entretenimento. Contudo, jogar vai além da distração. Para este autor, o jogo apresenta cinco características fundamentais e se torna um elemento da cultura, um dos pilares da civilização.

A primeira se refere ao fato de ser livre, de ser uma escolha dos jogadores, peculiaridade de qualquer atividade lúdica, que, geralmente, é praticado, nos momentos de ócio.

A segunda particularidade, totalmente atrelada à primeira, vincula-se ao fato de que o jogo não é vida “corrente” nem vida “real”. A criança, o adolescente e o adulto, quando se entregam ao jogo, estão certos de que se trata apenas de uma evasão da vida “real”, um intervalo na vida cotidiana, embora encarem esta atividade com seriedade.

A terceira característica se configura pela distinção entre o jogo e vida “comum”, tanto pelo lugar, quanto pela duração que ocupa. Existe, portanto, um

---

<sup>1</sup> Artigo a ser publicado em março pela Revista Nós da Escola, uma publicação da Multirio - Empresa Municipal de [Multimeios](#)

<sup>2</sup> Mestre e Doutora em Educação e Comunicação, professora da UNEB e CEPEV, autora do livro Game over – jogos eletrônicos e violência.

início e um fim para o jogo, assim como uma fronteira espacial deste com a vida “real”.

Como quarta característica, Huizinga cita o fato de que o jogo cria ordem e se configura nela própria, se organiza através de formas ordenadas compostas de elementos como tensão, equilíbrio, compensação, contraste, variação, solução, união e desunião; e a menor desobediência a esta ordem “estraga o jogo”.

E, finalmente, como quinta característica há o fato de imprevisibilidade, incerteza e o acaso do jogo gerarem tensão. Isso pode provocar o engajamento passional que implicará no desenvolvimento de um senso ético, quanto ao estabelecimento dos limites dentro da atividade. São as regras que definem o que é possível, permitido ser feito ou não. Contrariar estas premissas implica em colocar em cheque a existência da comunidade dos jogadores. Talvez, aqui, encontremos uma explicação para a atração que os jogos exercem sobre os indivíduos.

É através da realização contínua dessas atividades, bem como da sua posterior socialização, que o jogo pode ser considerado um fenômeno cultural, na medida em que, mesmo depois de ter chegado ao fim, “permanece como uma criação nova do espírito, um tesouro a ser conservado pela memória” (HUIZINGA, 2001, p.12-13) e, ao ser transmitido, torna-se tradição.

Essas reflexões colocam em xeque o posicionamento de muitos pais e professores que argumentam: quando estão jogando, as crianças e adolescentes estão somente se divertindo. Para muitos, há apenas lazer, o que, muitas vezes, é visto como perda de tempo. Dessa forma, o fato de que brincar preenche as necessidades das crianças é constantemente esquecido (VYGOTSKY, 1994; FREUD, 1976). Contudo, no que se refere aos teóricos e especialistas, existe uma unanimidade em torno das contribuições cognitivas e sociais (PIAGET, 1978, 1983, 1990; WALLON, 1989; VYGOTSKY, 1993, 1994, 2001; ELKONIN, 1998; entre outros), afetivas (FREUD, 1976; WINNICOTT, 1975; KLEIN, 1995; ROZA, 1999) e culturais (HUIZINGA, 2001; BENJAMIM, 1994), potencializadas pelos diferentes jogos.

O brincar se torna, então, uma atividade que deve ser incentivada e encarada com seriedade pelos adultos, respeitando-se os momentos em que crianças e adolescentes desejam brincar, jogar, enfim, construir algo novo, valendo-se da elaboração dos conhecimentos existentes.

Dentro desta perspectiva, podemos inferir que os jogos são tecnologias intelectuais, compreendidas por Lèvy (1993, 1998) como elementos que reorganizam e modificam a ecologia cognitiva dos indivíduos, o que promove a construção ou reorganização de funções cognitivas, como a memória, a atenção, a criatividade, a imaginação, e contribui para determinar o modo de percepção e intelecção pelo qual o sujeito conhece o objeto. No dizer, desse autor, essa ecologia é formada por um coletivo pensante de homens-coisas, com singularidades atuantes e subjetividades mutantes.

Na sociedade contemporânea o brincar vem sendo permeado pelos os elementos tecnológico que possibilitam a simulação de situações até então impossíveis. A tecnologia *high tech* invade as lojas, as telas da Tv, dos computadores anunciando brinquedos mais sedutores que permitem aos seus consumidores irem além do faz-de-conta que estava presente na infância da geração que hoje está na adultez.

Atentas as possibilidades que se encontram presentes no brincar, mas preocupados, sobretudo, com o mercado, as empresas infantis e de entretenimento, cotidianamente, investem em diferentes artefatos que possam seduzir as crianças, os adolescentes e até os adultos para o prazer de jogar.

Nesse processo de busca de novos ícones sedutores, acompanhamos a evolução dos diferentes elementos tecnológicos presentes nas brincadeiras, do velho cavalo de madeira, aos sofisticados jogos eletrônicos.

### **Fisgados pelas imagens**

As empresas de entretenimento exploram de forma significativa o potencial imagético dos seus produtos, seja através dos filmes, dos games que seduzem pela sua possibilidade de imersão ou seja através da preocupação com a

apresentação dos brinquedos que são hoje produzidos e vendidos mediante a mídia televisiva e telemática. É fundamental fisgar o olhar do consumidor.

A mediação das imagens mobiliza, os sujeitos pela sua pulsão escólpica, remetendo-os a questões de ordem inconsciente, na medida em que envolvem o consumidor, levando-o a estabelecer diferentes relações de ordem afetiva, social, cognitiva e pedagógica, com as histórias que são narradas nos filmes, nos games, nos vídeos, na programação da Tv, inclusive nas propagandas<sup>3</sup>.

O sujeito pode se identificar com as situações vividas pelos personagens, projetando-se nas narrativas que são contadas, construindo associações lineares e não-lineares, já que as imagens se constituem, na perspectiva piagetiana, uma linguagem do pensamento. Para os psicanalistas, estas imagens podem se constituir em representações do inconsciente, no qual a concepção de tempo não é linear e sim atemporal, permitindo que aflorem mecanismos de defesa como projeção, identificação, deslocamentos e condensação, enfim, uma linguagem metafórica. Os filmes, nesse sentido, têm um grande poder de sedução e podem levar os espectadores a uma verdadeira imersão, como a retratada no filme de Wood Allen, *A Rosa Púrpura do Cairo*. As imagens podem também atuar como espaços de ressignificação de questões pessoais, promovendo momentos de catarse.

Logo, é possível dizer que, por meio das imagens ficcionais e reais, o sujeito, realiza os seus desejos e necessidades afetivas, visto que pode projetar idéias e fantasias, onde a tela atuaria como um espelho que possibilita um novo espaço (virtual) para aprender a viver. O sujeito passaria a se constituir através de uma “linguagem da tela”, em que intercambiaria significantes, e em que cada um deles, é uma multiplicidade de partes, fragmentos e conexões.

Assim, na perspectiva dos sujeitos que vivem imersos nessa iconosfera, as imagens funcionam como uma válvula de escape, liberadora de questões intrínsecas e que precisam ser resolvidas. Isso promove um efeito catártico, ocupando as horas de prazer e lazer como um mero passatempo, se constituindo

---

<sup>3</sup>As narrativas apresentadas nos games e nas propagandas ainda são limitadas.

em apenas uma evasão da vida “real”, um intervalo na vida cotidiana, como apresentado anteriormente.

Contudo, tais possibilidades não implicam na transposição do que é visto nas diferentes telas para o cotidiano dos sujeitos. A repetição desses comportamentos no dia-a-dia, pode sinalizar a existência de algum distúrbio psíquico que precisa ser investigado. Estes sujeitos podem estar a demandar uma atenção maior dos seus pais e ou pares e buscam experimentar situações de risco no intuito de (re)significar o seu lugar enquanto sujeito.

Desta forma, é fundamental que os adultos estejam atentos as mensagens muitas vezes subliminares que são enviadas pelas crianças e adolescentes, exercitando uma escuta mais sensível do que estes sujeitos querem nos dizer.

Embora, estejamos vivendo em uma sociedade que apresenta um grande desenvolvimento tecnológico que permeia tanto as atividades econômicas, sociais, pedagógicas, afetivas e de entretenimento, entre outras. Percebemos que as atividades lúdicas são inerentes ao ser humano independente do momento histórico que estamos vivendo. O que muda são os artefatos, as tecnologias utilizadas, mas o prazer de brincar é estruturante ao homem. O brincar sempre foi e será uma linguagem utilizada para criar, imaginar, pensar, construir, aprender, enfim nos tornar sujeitos desejantes.

## Referências

BENJAMIM. Walter. Brinquedo e brincadeira – observações sobre uma obra monumental. In: BENJAMIM. Walter. **Magia e técnica, arte e política**. Obras escolhidas. São Paulo: Brasiliense, 1994, vol. 1, p. 249-253.

ELKONIN, Daniil B. **Psicologia do jogo**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

FREUD, Sigmund. **Além do princípio do prazer e outros trabalhos**. Rio de Janeiro: Imago Editora, Obras Completas, 1976.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

KLEIN, Melaine.. **A Psicanálise de crianças**. Rio de Janeiro, Imago, 1995.

LÈVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência - o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

\_\_\_\_\_. **A ideografia dinâmica - rumo a uma imaginação artificial?** São Paulo: Edições Loyola, 1998.

PIAGET, Jean. **Psicologia da Inteligência**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983.

\_\_\_\_\_. **Seis estudos de psicologia**. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1978.

\_\_\_\_\_. **Epistemologia genética**. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1990.

ROZA, Eliza Santa. **Quando brincar é dizer – a experiência psicanalítica na infância**. Rio de Janeiro: Contra capa, 1999.

VYGOTSKY, Lev Semynovitch. **A formação Social da mente: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores**. Org. Michael Cole...[et al.]; São Paulo, Martins Fontes, 1994.

\_\_\_\_\_. **Pensamento e linguagem**. São Paulo, Martins Fontes, 1993.

\_\_\_\_\_. **Psicologia pedagógica**. São Paulo: Martins Fontes, 2001;

WALLON, Henry. **As origens do caráter na criança**. Manole: São Paulo, 1989.

WINNICOTT, D.W. **O brincar e a realidade**. Rio de Janeiro: Imago, 1975