

## Mais que mero brinquedo: uma análise semiótica da franquia de jogos *Call of Duty*<sup>1</sup>

Rafael Antônio DIAS<sup>2</sup>

Conrado Moreira MENDES (orientador)<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Poços de Caldas, MG

### Resumo

Neste trabalho, é realizada uma análise, à luz dos pressupostos teórico-metodológicos da semiótica greimasiana, das campanhas da franquia de *Call of Duty*, com o objetivo de encontrar invariantes que subjazem ao plano do conteúdo dos jogos da franquia como um todo. Para tal, serão analisados percursos narrativos, figuras e temas dessa série de jogos, com o intuito de demonstrar que, sendo um produto cultural qualquer, nem mesmo um jogo eletrônico, aparentemente banal, isenta-se de conteúdos ideológicos.

**Palavras-Chave:** game; comunicação; semiótica; ideologia.

### Introdução

É de senso-comum querer ver nos *games* apenas entretenimento, ou, até mesmo, perda de tempo. Entretanto, o potencial dos jogos já vem sendo explorado por países como Cuba e Irã: “Haylin Corujo, diretor de Estudos em Videogame do Clube Juvenil de Computação de Cuba, ligado ao Ministério das Comunicações, diz que um jogo foi desenvolvido para que o jogador se [identifique] com a história de Cuba” (O GLOBO, 2013, s/p). No caso do Irã, “[o] jogo de computador é assunto de Estado, e uma maneira de combater o que o governo classifica como uma guerra cultural do Ocidente, com a invasão de produtos [...] de Hollywood” (O GLOBO, 2015, s/p).

Tendo em vista a importância do potencial ideológico dos jogos eletrônicos, o objetivo deste artigo é analisar a série de jogos em *First person shooter* (FPS)<sup>4</sup>, chamada *Call of Duty*, pertencente à *Activision*, a partir de uma leitura semiótica do enredo de todos os jogos da franquia lançados até o presente momento. A escolha por estudar a franquia

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 17 a 19 de junho de 2016.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda na PUC Minas. E-mail: rafaeldias\_02@hotmail.com

<sup>3</sup> Professor da PUC Minas. Doutor em Semiótica e Linguística Geral pela Universidade de São Paulo. E-mail: conradomendes@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Tradução nossa: “atirador em primeira pessoa”.

*Call of Duty* deu-se em função de haver uma patente questão que envolve a franquia e o Estado norte-americano. Para demonstrar isso,

O criador do game *Call of Duty* foi chamado a Washington para ajudar militares americanos a ‘visualizar guerras do futuro’. [...] Ainda não se sabe se os games poderão oferecer lições na vida real, mas eles são muito populares entre militares. [...] A visão de Anthony [criador do game] não é tão diferente da dos militares - afinal, ele consultou-os para criar o game (BBC BRASIL, 2014, s/p).

Assim, neste trabalho, procuram-se estabelecer as invariantes do plano do conteúdo, especificamente, aquelas que se referem às estruturas narrativas, a qual, por sua vez, convergem-se em estruturas discursivas por meio dos processos de actorialização, temporalização, espacialização, figurativização e tematização. Acredita-se, baseando-se em Fiorin (2003, p. 73) e Barros (2002, p. 148) que é no patamar mais complexo e concreto do percurso gerativo de sentido, ou seja, o discursivo, que conteúdos ideológicos se manifestam de forma mais patente.

Cabe esclarecer, de início, que por não ser relevante para os propósitos deste estudo, os jogos de plataformas móveis, e mesmo alguns de consoles, ou seja, aquelas produções que não são consideradas como da linha principal da franquia, serão desconsideradas. O que de fato será abordado sobre esses jogos são suas “campanhas”, termo que, no mundo dos jogos eletrônicos, é tratado de maneira um pouco diferente da convencional. “Campanha”, nesse contexto, significa um modo<sup>5</sup> de jogo, em que uma ou mais pessoas jogam o *game* não apenas pela diversão, mas como um meio de descobrir a história sob a qual se insere o universo ficcional do jogo e também para compreender melhor a sua jogabilidade. Assim, o modo campanha nada mais é do que o discurso construído no e pelo jogo. A definição dicionarizada do termo “campanha” oferece ainda elementos que vem ao encontro de jogos do tipo *FPS*:

Conjuntos de meios utilizados para consecução de um fim [...]; série de operações militares desencadeada em determinado local e em determinado tempo [...]; área onde há movimentação de tropas; acampamento de tropas; processo de persuasão, junto aos poderes constituídos, para obter a nomeação ou a escolha de um indivíduo para cargo político, ou para lograr a adoção ou rejeição de um princípio ou medida política (HOUAISS, 2001 p. 588)

---

<sup>5</sup> Um estilo de jogo, forma de ser; um campo de seleção em um menu.

Embora todas essas acepções se encaixem, de certo modo, na definição de campanha de jogos, vale atentar para a definição, “conjuntos de meios utilizados para consecução de um fim”. A partir dela, pode-se dizer que campanhas em *games*, em especial, aqueles de que aqui se trata, são bem delimitadas, no sentido de que elas têm início e fim. Portanto sua trajetória é bem definida, não possibilitando muitas variações na experiência de jogo, como escolher inúmeras possibilidades de heróis, raças, cores, customizações, mapas extensos e abertos. Tais elementos, por exemplo, diferenciam-nas dos *Role-playing Games (RPGs)*<sup>6</sup> em que seus atos geram diferentes consequências, possibilitando uma variedade grande de inícios e finais (quando há). Dessa forma, é possível comparar uma campanha a leitura de um livro, pois, assim como neste último, o interessante é acompanhar a história de um ou vários personagens.

Dessa forma, serão apresentados os jogos da franquia e seus respectivos enredos para que, em seguida, analisar a construção da narrativa e do discurso de *Call of Duty*.

### **A franquia *Call of Duty***

O primeiro jogo a ser abordado aqui é o intitulado *Call of Duty*, lançado em outubro de 2003, produzido pela *Infinity Ward*. O surgimento dessa franquia, como relata Dring (2013)<sup>7</sup>, só foi possível por causa de sua produtora, a *Infinity Ward*, que, após desentendimentos com a *EA games*, deixou de produzir o jogo *Medal of Honor*. Dessa maneira, a *EA games* abriu espaço para a concorrente *Activision*, que acabou contratando os serviços dela, dando-lhe independência para a produção de um jogo de *FPS* com o intuito de bater as vendas do seu concorrente, *Medal of Honor*. Dessa oportunidade, surge o primeiro jogo de uma série. O jogo se passa na Segunda Guerra Mundial, entre 1939 a 1945. Por se tratar de uma campanha que tenta retratar algo histórico, a luta contra o nazismo, como diferencial para *games* na época, pode-se escolher ser qualquer soldado da base Aliada, ou seja, um britânico, norte-americano ou russo, cada qual com sua campanha. Como afirma Rufino (2011, s/p),

Resumidamente, a história de o primeiro *Call of Duty* retrata uma série de combates que aconteceram desde campos franceses até o Rio Volga, na Rússia, passando por palcos de confrontos importantes como a praia da

---

<sup>6</sup>Tradução nossa: “jogo de interpretação de personagens”.

<sup>7</sup> Todas as traduções de fontes advindas de meio eletrônico (reportagens e outros textos jornalísticos) aqui feitas são de nossa autoria.

Normandia, a Praça Vermelha e o Palácio de Reichstag na tentativa de reprimir o avanço do exército alemão sobre a Europa.

Na sequência, surge *Call of Duty 2*, lançado em outubro de 2005, produzido também pela *Infinity Ward*, a qual afirmou: “queríamos manter a intensidade e o combate entre esquadrões que fez do primeiro jogo um sucesso” (VIEIRA, 2013, s/p). Assim, esse *game* também não se diferencia tanto do primeiro. Consequentemente, *Call of Duty 2* é um jogo sobre a Segunda Guerra Mundial, em que o jogador pode ser um russo, dois britânicos ou um norte-americano. Esse *game* possui, dessa maneira,

Quatro campanhas individuais protagonizadas por três personagens distintos, são eles, o sargento John Davis que lidera a campanha no norte da África; o cabo Bill Taylor que participa da invasão à Normandia; e o soldado do exército vermelho, Vasili Ivanovich Koslov, sobrevivente da batalha de Stalingrado (VIEIRA, 2013, s/p).

No ano seguinte, lançado em novembro de 2006, *Call of Duty 3* é o primeiro jogo da série principal não desenvolvida pela *Infinity Ward*. Porém, ainda se trata da Segunda Guerra Mundial, marcando a estreia da produtora *Treyarch* na série principal de jogos da franquia. Como diferencial dos outros jogos já produzidos com essa temática, como afirma *Game Vício* (2009, s/p),

A frente americana inicia a campanha, narrando os [...] confrontos entre as forças Aliadas e do Eixo, culminando na fuga das forças do Eixo pela Brecha Falaise. As frentes britânica e canadense contam o desenrolar da batalha, enquanto que a frente polonesa encerra os acontecimentos desta batalha, que culminou numa grande perda para as forças do Eixo, possibilitando o avanço das forças aliadas rumo a Paris e a fronteira alemã.

O próximo da série, *Call of Duty 4: Modern Warfare*, lançado em abril de 2007 e produzido pela *Infinity Ward*, foi o primeiro jogo da franquia cuja história se passa nos dias atuais. Como mostra *GamerSpawn* (2011, s/p), após uma falha missão em que um inimigo não é eliminado, ele resolve posteriormente organizar uma rebelião na Rússia. Posteriormente, descobre-se que o intuito dessa rebelião era fazer da Rússia a maior potência mundial, iniciando uma guerra nuclear. Apesar de uma bomba ser acionada, os personagens do *game* conseguem matar esse inimigo, líder russo, pondo um fim à guerra.

O próximo título da franquia, retornando aos moldes iniciais, *Call of Duty: World at War*, novamente possui a temática da Segunda Guerra Mundial. Lançado em novembro de 2008, o jogo foi responsabilidade da *Treyarch*. Como relata *Giant Bomb* (2014), o enredo do *game* se diferencia por se tratar da frente pacífica e oriental da Segunda Guerra

Mundial. Dessa vez, conforme apresenta Game Vício (2009), esse jogo conta com apenas dois protagonistas, um norte-americano e um russo, em que as missões se baseiam em lutas contra japoneses e a Alemanha nazista. Conforme relata o site, o *game* mostra o avanço do exército soviético em direção a Berlim. Já na frente norte-americana, os acontecimentos se passam numa incursão do exército norte-americano no Japão.

Na sequência, é lançado, em 2009, *Call of Duty: Modern Warfare 2*, desenvolvido pela *Infinity Ward*, primeiro jogo da franquia a ser uma continuação do anterior. Conforme *GamerSpawn* (2011), mesmo com a morte do líder dos rebeldes russos, eles continuam a levar sua ideologia à frente, o que resulta na tomada da Rússia. Sob nova liderança, tais extremistas alegam um pretexto para justificar uma invasão aos Estados Unidos. Para impedir essa invasão, uma força especial fica incumbida de eliminar esse novo líder dos extremistas. O líder dessa força especial, no entanto, é um agente duplo que trai sua equipe, deixando-a morrer em meio à missão. Porém Soap, um desses soldados traídos, que é também um personagem usado no jogo anterior, é resgatado por Price, outro personagem presente também na campanha anterior, encerrando, desse modo, a campanha e deixando a história em aberto para a continuação que ainda viria.

O próximo título da franquia, *Call of Duty: Black Ops*, foi lançado em novembro de 2010, é mais um produto da *Treyarch*. Esse game tem uma única campanha, que se passa nos anos 1960. Como afirma Costa (2010), o jogador toma o papel do protagonista Alex Mason, que, durante a Guerra Fria, participou de várias operações secretas para o governo norte-americano, como em Cuba, Vietnã e Sibéria. Segundo *Sessão Spoiler* (2012), Alex Mason, personagem principal desse game, está preso sob um interrogatório. O jogo se constrói baseando-se nas memórias de Manson, até o ponto em que ele descobre ter sofrido lavagem cerebral por agentes União Soviética.

Último de sua série interna, *Call of Duty: Modern Warfare 3* foi uma produção conjunta entre a *Infinity Ward*, *Raven Software* e *Sledgehammer Games*. Lançado em novembro de 2011, o *game*, como informa Info (2011), dá continuidade à história de seus antecessores. Nessa campanha, a Terceira Guerra Mundial já está ocorrendo e a Rússia avança sobre a Europa. Desse modo, os soldados sobreviventes do *Modern Warfare 2* (Soap e Price) montam outra equipe com a intenção de matar o líder do movimento extremista russo. Várias missões ocorrem até que finalizam sua tarefa e matam esse líder.

Em seguinte, foi lançado *Call of Duty: Black Ops II*, em novembro de 2012 e produzido pela *Treyarch*, como afirma Mainquest (2012, s/p),

Por se tratar de uma sequência direta de Black Ops (1), o jogo se passa em 2 linhas de tempo, década de 80 e 2025. Começamos com o protagonista David Mason, junto a Harper e seu time invadindo a casa do Sargento Frank Woods onde nos é revelado como Woods sobreviveu aos acontecimentos do jogo anterior. [...] [Em sequência] só vamos descobrindo como Menendez se tornou esse vilão que conhecemos e quais os planos dele junto a Cordis Die para os ataques aos Estados Unidos.

Lançado em novembro de 2013, o jogo seguinte é *Call of Duty: Ghosts*, produzido pela *Infinity Ward*. Em sua campanha, a América Latina é apresentada como a principal inimiga dos Estados Unidos. No desenrolar do game, unida aos moldes soviéticos, a América Latina destrói e domina parte dos Estados Unidos. Em consequência disso, cabe aos soldados mascarados (*Ghosts*), a última esperança de formar uma resistência capaz de conter o avanço desse “mal” contra seu país de origem (os Estados Unidos). De tal modo, o jogo se divide em duas “entidades”, os *Ghosts*, patriotas, guerreiros de elite, e a Federação (nome dado a nova formação da América Latina), é apresentada, segundo o ponto de vista dos primeiros, como um governo repleto de soldados “maléficos” e “torturadores”, criando uma dualidade maniqueísta que é mantida ao longo do jogo.

*Call of Duty: Advanced Warfare*, o próximo jogo da franquia, produzido pela *Sledgehammer*, foi lançado em novembro de 2014. A campanha desse game, como conta Wikia (2016), foi a primeira a inserir os jogadores em um futuro distante. A história inicia no ano de 2054, quando os soldados usam armas futurísticas e um exoesqueleto que lhes dá habilidades sobre-humanas. Sob essa perspectiva, desenvolve-se a história de um soldado norte-americano, que, após guerrear, perde seu braço e seu amigo. Porém, é-lhe oferecido um emprego como um soldado particular da Atlas, uma empresa de segurança mundial que vende todo tipo de poderio militar, inclusive soldados. A partir desse momento, o protagonista executa missões para a Atlas e descobre que a empresa está por de trás de vários ataques ao redor do mundo, para criar demanda e se perpetuar no poder.

Finalmente, *Call of Duty: Black Ops III* é game mais atual, desenvolvido pela franquia, feito pela *Treyarch*, foi lançado em novembro de 2015. Como apontam Arruaché (2015) e Molina (2015), a campanha deste game é ambientada no ano de 2065. Sua história mostra um futuro caótico, em que o personagem tem em uma das missões seus membros mutilados. A partir desse ocorrido, entra a principal questão desse jogo: humanidade *versus* máquinas. Os membros mutilados do soldado jogável são substituídos por partes mecânicas, tais maquinarias interferem inclusive em seu cérebro. Mesmo com essas habilidades

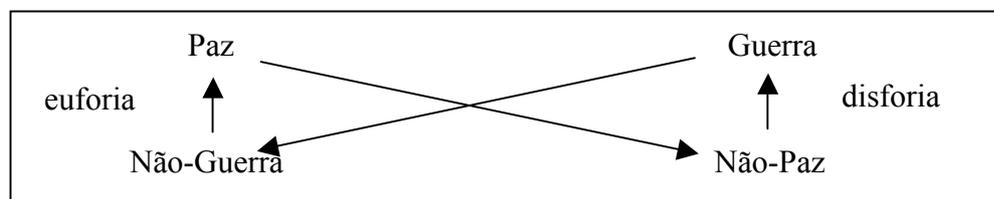
especiais oferecidas pelo corpo cibernético (e suas mazelas), semelhante aos jogos antecessores, uma equipe de super soldados fica encarregada de realizar missões em que o futuro do mundo está em jogo e as máquinas são apresentadas como os vilões desse *game*.

### Uma análise semiótica da franquia *Call of Dutys*

A apresentação do enredo dos jogos da franquia *Call of Dutys* dará suporte à análise que se apresenta a seguir. Baseando-se na semiótica de Greimas [1980] (2014) e em seus comentadores, Fiorin (2000) e Barros (2002), procurou-se estabelecer as principais invariantes no que se diz respeito aos três níveis do percurso gerativo do sentido do plano do conteúdo dos textos em questão.

A princípio, por base da análise, será adotada o que Barros (2002, p. 19-28) apresenta de gramática fundamental, que tomará forma aqui como os termos opostos guerra e paz. Assim, como revela Greimas (2014, p. 112), o espaço tímico no texto não necessariamente tem a mesma “visão” da sociedade. Desse modo, para refinar a análise do nível profundo, tomar-se-ão o programa narrativo de uso e o programa narrativo de base, como apresenta Greimas (2014, p. 170-179), pois, assim, fica evidente que a guerra é um programa de uso para se chegar à “paz”. Nesse caso, “paz” é o objeto valor, enquanto a guerra se trata de um objeto modal. Por essa razão, o termo “paz”, no nível fundamental, é axiologizado euforicamente, enquanto, “guerra” é disfórico, uma vez que para se chegar à “paz” (eufórico), é preciso haver a negação desse termo, “não-paz”, axiologizado disfóricamente. Por outro lado, a negação do termo “guerra”, “não-guerra”, é eufórico, visto que é o caminho lógico-semântico para se chegar ao termo “paz”. O esquema pode ser conferido a seguir:

**Quadro 1 – Quadrado semiótico das campanhas *Call of Dutys***



Fonte: Elaborado pelo autor com base no modelo apresentado por Barros (2002)

Referente ao nível narrativo, como Greimas (2014, p. 36-65) apresenta o que torna operacional uma análise semiótica é a existência de um enunciado elementar que é composto por um sujeito em busca de um objeto valor, algo claramente demonstrado nos

discursos dos jogos em questão, em que o sujeito corresponde ao actante figurativizado como o ator “soldado”, que investe valores no objeto manifestado modalizado pelo dever-fazer algo, neste caso, tematizado pela missão, algo que deve ser cumprido para se conseguir o objeto valor, ou, no nível fundamental, como sair da não-paz, para a guerra. Também é importante apresentar a noção de junção, Greimas (2014, p. 40) para representar as transformações ocorridas com os sujeitos e o objeto valor. Nesse caso, vale lembrar que o nível narrativo é composto por sujeitos de estado e do fazer. Transportando para os papéis actanciais, a princípio, é possível perceber, nos actantes sujeitos do fazer, atores, muitas vezes, figurativizados como soldados de nível hierárquico superior, presidente, família ou mesmo corporação, (algo que pode ser traduzido de maneira geral para líder) que manipula tais sujeitos, geralmente, para que possuam um saber e um dever-fazer algo, para que então demonstrem sua competência cumprindo seu dever, missão, para assim sair de um estado disjunto com o objeto valor para um conjunto. Dessa forma, é possível representar o enunciado de estado e do fazer deste modo:

Enunciado de Estado: Sujeito (soldado)  $\cup^8$  Objeto Valor (Missão)

Enunciado do Fazer: Função (fazer saber/dever) [Sujeito do Fazer, Destinator Manipulador (Líder) – Sujeito do estado, destinatário manipulado (Sujeito do estado  $\cap^9$  Objeto valor cumprir uma missão)].

Concluído esse estágio inicial de manipulação em que o destinatário é manipulado pela tentação de concluir a missão atingir a “paz”, para tal, essa manipulação o fará fazer missões secretas, participar de *fronts* numa Guerra Mundial, etc. Mesmo que às vezes ocorra uma quebra em contratos fiduciários, como descreve Greimas (2014, p. 136-138), (em que o destinatário manipulado nega a manipulação do destinator manipulador, por lógica ou crença), a manipulação do sujeito de estado sempre se dá pela tentação, ou seja, de se obter o objeto valor resultante da conclusão de sua missão, no caso, geralmente a missão possui um valor axiológico euforicamente perseguido pelo sujeito, que pode ser tematizado como paz, vitória (não-guerra), vingança, glória, etc.

Do momento em que o sujeito do estado, geralmente manipulado, realiza um fazer interpretativo, sancionando o fazer manipulativo por meio do contrato de veridicção, como demonstrado por Greimas (2014, p. 82, 117), ou seja, tomando a manipulação como algo que parece e é, uma verdade, parte então para a performance. Como se fala, aqui, de várias histórias, não convém detalhar as inúmeras vezes em que o sujeito se depara com segredos,

<sup>8</sup> Símbolo que representa disjunção em semiótica.

<sup>9</sup> Símbolo que representa conjunção em semiótica.

mentiras e falsidades, mas, é visível que, apesar de distintas trajetórias, como em *Call of Duty Advanced Warfare*, em que o sujeito de estado, mesmo manipulado, quando realiza suas performances, descobre coisas e muda seu estatuto de crença até chegar ao ponto de encontrar a verdade (em relação ao discurso apresentado pelo *game*). Pode-se, então, inferir que o sujeito, destinatário manipulado, é habitualmente dotado da competência do poder, ou seja, ele pode fazer algo em prol da nação, do líder, da verdade, pois é dotado das competências de um, como coloca Greimas (2014, p. 78), papel temático de um soldado, que vai do mais alto ao mais baixo escalão nos jogos em questão. Portanto, falou-se aqui também do que Greimas (2014, p. 63-99) chama de um contrato injuntivo, que parte de um dever para um querer, em que esse actante normalmente se sobremodaliza como um sujeito do consentimento, e parte da obediência passiva (dever fazer/não querer não fazer) ou ativa (dever e querer fazer) para a realização de sua performance.

Outra questão que se pode abordar sobre o nível narrativo é a presença do que Greimas (2014, p. 64) postula como antissujeito. Esse, no nível narrativo, é representado por, como propôs o autor (2014 p. 155-166), um actante coletivo no jogo que pode ser figurativizado das mais diferentes maneiras, desde os nazistas aos robôs. Tal antissujeito, apesar de ter suas próprias missões, ou seja, está em busca do mesmo objeto valor almejado sujeito, pois, nessas campanhas, a única maneira de se concluir sua missão é confrontando a do outro. Portanto, tem-se, sempre, como explica Greimas (2014, p. 63-64) a disjunção paradigmática, ou seja, um sujeito positivo *versus* um antissujeito, pois tais actantes estão em busca de um objeto valor que possui algo em comum, no caso, a vitória. Dessa maneira, ambos não podem entrar em conjunção com um mesmo objeto, pois se o antissujeito está em conjunção, o sujeito estará paradigmaticamente disjunto.

Cabe dizer também que o poder-fazer do sujeito está comumente relacionado ao papel dos adjuvantes, objetos valor que fazem parte de um programa de uso, ou seja, como mostra Greimas (2014, p. 31-44), a presença do objeto mágico, modal, que dota o sujeito de um poder-fazer se faz essencial na busca do sujeito pelo seu programa de base, atribuindo-lhe competências especiais para entrar em conjunção com seu objeto. No caso da franquia, é perceptível a preocupação e inserção de um outro sujeito coletivo, que como adjuvante servirá, também, como uma ferramenta essencial para que o sujeito consiga concluir seu programa de uso para chegar ao seu programa de base, pois, conforme a dificuldade aumenta, novas competências são necessárias. Outros objetos que figurativizam o poder-

fazer, aparecem como armas, tecnologias, veículos, portanto, é comum e necessário o uso de tais objetos para se obter a consecução do programa de base.

Agora referente à sanção, o sujeito do *game* geralmente é sancionado de forma positiva, uma vez que, em nome da busca do objeto valor, paz, sujeito, não raro, coloca sua vida e a de outros em risco para buscar sem se preocupar se irá perder um braço, amigo, a sanidade, soldados, enfim, todas figuras que representam esses adjuvantes, o actante coletivo “companheiros de guerra”. Nesse caso, existe sempre uma sanção cognitiva (de ordem reflexiva) e, não obrigatoriamente, uma sanção pragmática (de ordem transitiva).

Levando essa análise para um foco no discurso, em seu nível sintático como apresenta Barros (2002, p. 72-81), no jogo, se pode tomar o modelo *FPS*, que as campanhas seguem, como uma *debreagem* enunciativa, o que cria então o efeito de subjetividade, pois o jogador tem por perspectiva os acontecimentos participados pelo ator principal da campanha. Esse fato não exclui a existência da *debreagem* enunciativa, pois, é comum, em partes introdutórias às missões, ser exibido um vídeo enquanto o jogo carrega, como um método para inserir o jogador no universo ficcional do *game*, em que um narrador onisciente, para criar efeito de objetividade, contextualiza o jogador e sua missão, como por exemplo *Call of Duty: Ghosts*, produzido pela *Inifinity Ward* (2013). Dessa maneira, cria-se uma ilusão de realidade, especialmente porque essas *debreagens* enunciativas agem normalmente de modo a objetivar as necessidades do sujeito, ator do discurso e conseqüentemente do jogador. Outro fato a ser relevado, é a noção de ancoragem apresentada por Barros (1999, p. 58), pois ela serve para também como uma forma de criar efeitos de realidade por meio de figuras do senso comum, naturais, históricas e afins. Nas campanhas aqui apresentadas, a ancoragem fica mais evidente nos jogos sobre a Segunda Guerra Mundial, em que é possível inferir a preocupação do jogo ao utilizar de datas, lugares e até mesmo as características dos personagens (uniformes, armas e etc.) para criar efeito de realidade.

Às vezes, aquilo que não é dito é também relevante. Fiorin (2000, p. 45), baseando-se em Kristeva e Bakhtin, retoma o conceito de intertextualidade dos textos, em que um discurso pode aderir outro, modificá-lo, parodiá-lo, etc. Como já mencionado, é notável a influência histórica no jogo, aliás, foi desse ponto que tudo se iniciou, e mesmo apresentando temas como Segunda Guerra Mundial, Guerra Fria, “Terceiras” (*Ghosts e Modern Warfare*) Guerra Mundial e mesmo o extrapolar do desenvolvimento tecnológico juntamente com a ganância de uma empresa, todos têm em si algo de crível, algo que

remeta mesmo que pouco à realidade. Tal verossimilhança, criada por meio da intertextualidade, é também notada pelo governo norte-americano, como afirma a BBC Brasil (2014), um dos criadores do jogo fora chamado a Washington para contribuir na visualização de guerras do futuro.

No que se refere a uma análise de alguns temas e figuras como apresenta Greimas (2014, p. 70-78), na franquia dessas campanhas é possível também afirmar que em nenhum desses jogos o jogador pode tomar a perspectiva do antissujeito que, nos jogos, como já mencionado exercem o papel temático do “vilão”. Por mais que haja vários personagens de lugares diferentes, eles lutam contra o mesmo mal. Portanto é claro que o maniqueísmo é um tema presente na franquia, em que o *player* será sempre o herói contra o vilão, pois a figura do soldado, sujeito paradigmaticamente disjuncto, estará em constante confronto com o antissujeito, este, por vezes, figurativizado como o ditador, figura do mal que, como já dito, está paradigmaticamente disjuncto do sujeito. É importante, portanto, perceber que por causa dessa disjunção paradigmática a guerra é inevitável e apresentada como algo necessário (algo claro até mesmo no nome da franquia, “chamado do dever”). Não desvinculada do maniqueísmo, a guerra, nesses jogos, inevitáveis, não deixam espaço para não pegar uma arma ou não matar os inimigos (o jogo em si é basicamente guerrear). Isso não é nenhuma surpresa, entretanto se levado a outro tema comum presente no jogo, que perpassa a figura dos soldados, pode-se perceber o real papel temático dos soldados, o “heroísmo”, pois mesmo do mais baixo ao mais alto escalão, eles estão em guerra para matar e morrer pelo seu dever.

Com relação ao ator soldado e ao tema heroísmo é válido demonstrar que, como discursivizam as campanhas, esses atores não são imunes ao mal do antissujeito. Cumprir seu dever nem sempre significa sair vivo; ser herói às vezes implica possibilitar que outra pessoa cumpra a missão. Desse modo, antropomorfizados, os soldados que atendem o “chamado ao dever”, com todo empenho e principalmente doação, são sujeitos que enfrentam o tema da tragédia, ou seja, mais até mesmo que heróis, são “mártires”.

Outro ponto comum é apresentado é a figura do soldado norte-americano. Por mais que haja traições e vilões com essa nacionalidade, sempre há um soldado norte-americano representando o lado bom no maniqueísmo apresentado no jogo. Sendo tais sujeitos mais do que soldados, heróis, como apresentados anteriormente, eles são, sem dúvida alguma, ingredientes fundamentais e, às vezes, o centro de todo o discurso. Outro tema relacionado com tudo isso é o nacionalismo norte-americano, em que o soldado herói

e mártir defende a nação e seus ideais. Assim, ao considerar os percursos temático-figurativos que representam o mal, observam-se: nazismo, Rússia, comunismo, América Latina, uma empresa e mesmo a tecnologia, mas nunca o Estado norte-americano. Esse nacionalismo, a princípio, se repete e o próprio fato de o jogador só poder lutar do lado dos Estados Unidos confirmam essa ideia, pois é um tema que evidentemente se revelou conforme foram sucedendo as criações dos jogos. Portanto, todos os *games*, mesmo que desenvolvidos por diferentes empresas, como *Infinity Ward*, *Treyarch* e mesmo a *Sledgehammer* e etc. fizeram uso desse tipo de discurso nacionalista.

### Considerações Finais

Cabe dizer, por fim que, as análises aqui realizadas não se pautaram nos propósitos da franquia, mas aquilo que ela, por meio dos jogos, constrói enquanto discurso. Por isso, conforme Fiorin (2000, p. 28-31, 57), a ideologia é, de maneira geral, uma visão de mundo e suas construções sociais são evidenciada nos temas no nível discurso. Com isso, é possível concluir que direta ou indiretamente a franquia, em geral, apresenta temas que convergem para uma formação ideológica que é mesma do estado norte-americano.

A partir daqui é possível ver que muito distante de meras especulações, esta análise tem o intuito de evidenciar, mesmo que em parte, a capacidade de significação e comunicação dos *games* que, aos poucos, vêm ganhando importância como objeto dos estudos comunicacionais, pois como afirma Perani (2014, p. 2), “[no País] não é tarefa fácil encontrar trabalhos que reflitam sobre os jogos eletrônicos como objetos comunicacionais, e suas possíveis contribuições para o campo”.

Nesse sentido, Mendes e Oliveira (2013, p. 135) enfatizam a necessidade de reconfigurar a visão de “brinquedo” que os jogos eletrônicos têm, visto que diferentes países, como os Estados Unidos e Cuba fazem uso dos *games* como meio de propaganda ideológica. Por isso, por meio desse artigo, espera-se contribuir para que tais “brinquedos” sejam levados a sério, não somente como produto eletrônico, mas como um meio de comunicação.

### Referências Bibliográficas

ARRACHÉ, Eric. **Call Of Duty: Black Ops 3** – Review. **Critical Hits**. Reviews. (S.l.), 12 nov. 2015. Disponível em: <<http://criticalhits.com.br/call-of-duty-black-ops-3-review/>>. Acesso em 08 de mai. 2016.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria do Discurso: Fundamentos Semióticos**. 3. Ed. São Paulo: Humanitas, 2002. 172p.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria semiótica do texto**. 4.ed. São Paulo: Ática, 1999. 96p.

BBC BRASIL. Call of Duty pode ajudar Exército dos EUA. **BBC Brasil**, (S.l.), 08 de nov. de 2014. Disponível em: <[http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2014/11/141104\\_call\\_of\\_duty\\_lab?ocid=socialflow\\_twitter](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2014/11/141104_call_of_duty_lab?ocid=socialflow_twitter)>. Acesso em: 13 de mai. 2015.

COSTA, Guilherme. **Call of Duty: Black Ops** | Resenha. **Jovem Nerd**. 30 nov. 2010. Press Start. Disponível em: <<https://jovemnerd.com.br/colunas/press-start/call-of-duty-black-ops-resenha/>>. Acesso em 08 de mai. 2016.

DRING, Christopher. **The Medal of Honor killer: A Call of Duty story**. **MCV**, (S.l.), 01 nov. 2013. Disponível em: <<http://www.mcvuk.com/news/read/the-medal-of-honor-killer-a-call-of-duty-story/0123617>>. Acesso em 08 de mai. 2016.

DYER, Mitch. **Call Of Duty: Black Ops 3** foi o Jogo Mais Vendido de Novembro nos Estados Unidos. **IGN**, 11 dez. 2015. Disponível em: <<http://br.ign.com/call-of-duty-black-ops-iii/13300/news/call-of-duty-black-ops-3-foi-o-jogo-mais-vendido-d>>. Acesso em 08 de mai. 2016. Acesso em 08 de mai. 2016.

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e Ideologia**. 7 ed. São Paulo: Ática, 2000. 88 p.

GAMERSPAWN. **Call of Duty: Modern Warfare 3** – Timeline. YouTube, 02 nov. 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Dx0dC5wObKo>>. Acesso em 08 de mai. 2016.

GAME VÍCIO. **A história dos games: Call of Duty**. **Game Vício**, (S.l.), 25 set. 2009. Disponível em: <<http://www.gamevicio.com/i/noticias/31/31568-a-historia-dos-games-call-of-duty/>>. Acesso em 08 de mai. 2016.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Sobre o Sentido II: ensaios semióticos**. Tradução de Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: EDUSP, 1980-2014. 256 p.

GIANT BOMB. Call of Duty. **Giant Bomb**, (S.l.), 06 abr. 2014. Disponível em: <<http://www.giantbomb.com/call-of-duty/3025-82/>>. Acesso em 08 de mai. 2016.

MAIN Quest. Review da Campanha De Black Ops II. **Main Quest**, (S.l.), 29 nov. 2012. Disponível em: <<http://mainquest.blog.br/2012/11/review-da-campanha-de-black-ops-ii/>>. Acesso em 08 de mai. 2016.

HOUAISS, Antônio; VILAR, Mauro de Sales. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. 2925p.

INFINITY WARD. *Call of Duty: Ghosts*. Activision, (S.l.), 05 de nov. 2013. [Blu-ray]. PlayStation 3.

MENDES, Luciano; OLIVEIRA, Selma. **O videogame como produto cultural: proposta para definir o jogo eletrônico como objeto empírico do campo da comunicação**. Portal Revistas, (S.l.) 2013. 135-144 p. Disponível em:

<<http://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/viewFile/3994/3009>> Acesso em: 20 de mai. 2015.

MOLINA, Murilo. **Review Call Of Duty: Black Ops 3**: Confira a análise... **TechTudo**. Jogos. (S.l.), 10 nov. 2015. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/review/call-duty-black-ops-3.html>>. Acesso em: 08 de mai. 2016.

O GLOBO. No Irã, videogames a serviço da guerra ideológica. **O Globo**, (S.l.), 15 de jul. 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/mundo/no-ira-videogames-servico-da-guerra-ideologica-5480470>> Acesso em: 13 de mai. 2015.

O GLOBO. Game recria cenário da revolução cubana. **O Globo**, [S.l.], 05 de abr. 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/game-recria-cenario-da-revolucao-cubana-8036813>> Acesso em: 13 de mai. 2015.

PATRICIO, Lucas. Modern Warfare 3 é o melhor “mais do mesmo” de todos os tempos. **Info**, (S.l.), 18 nov. 2011. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/blogs/info-games/analise/modern-warfare-3-e-o-melhor-mais-do-mesmo-de-todos-os-tempos/>>. Acesso em: 22 de set. 2015.

PERANI, Leticia. **Jogando para comunicar, comunicando para jogar**: por um lugar dos games nas Ciências da Comunicação e na Cibercultura. Imediata, 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/lk0an5>>. Acesso em: 22 de set. 2015.

RUFINO, Thiago. A História de Call of Duty. **TechTudo**, (S.l.), 20 jul. 2011. Jogos. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2011/07/historia-de-call-duty.html>>. Acesso em 08 de mai. 2016.

VIEIRA, Douglas. **AS PRIMEIRAS guerras**: conheça as origens da série "Call of Duty". **UOL**, (S.l.), 16 abr. 2013. Jogos. Disponível em: <<http://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2013/04/16/as-primeiras-guerras-conheca-as-origens-da-serie-call-of-duty.htm>>. Acesso em 08 de mai. 2016.

WIKIA. Call of Duty. **Wikia**, (S.l.), 18 mar. 2016. Disponível em: <[http://callofduty.wikia.com/wiki/Call\\_of\\_Duty:\\_Advanced\\_Warfare](http://callofduty.wikia.com/wiki/Call_of_Duty:_Advanced_Warfare)>. Acesso em 08 de mai. 2016.