

UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ-REITORIA ACADÊMICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

Caio Fausto de Almeida Giannone

**Videogames, a Teoria do Meio e a Comunicação: novos meios,
novos ambientes, novas habilidades – Análise de DJFFNY, um
encanador e a(s) identidade(s)**

Sorocaba/SP

2011

Caio Fausto de Almeida Giannone

**Videogames, a Teoria do Meio e a Comunicação: novos meios,
novos ambientes, novas habilidades – Análise de DJFFNY, um
encanador e a(s) identidade(s)**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção de Título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Osvando J. de Moraes.

Sorocaba/SP

2011

Ficha Catalográfica

Giannone, Caio Fausto de Almeida
G372v Videogames, a teoria do meio e a comunicação : novos meios,
novos ambientes, novas habilidades : análise de DJFFNY, um
encanador e a(s) identidade(s) / Caio Fausto de Almeida Giannone. -
- Sorocaba, SP, 2011.
125 f. : il.

Orientador: Prof. Dr. Osvando José de Moraes.
Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de
Sorocaba, Sorocaba, SP, 2011.
Inclui bibliografia.

1. Videogames. 2. Comunicação – Inovações tecnológicas. 3.
Def Jam: fight for New York. I. Moraes, Osvando José de, orient. II.
Universidade de Sorocaba. III. Título.

Caio Fausto de Almeida Giannone

**Videogames, a Teoria do Meio e a Comunicação: novos meios,
novos ambientes, novas habilidades – Análise de DJFFNY, um
encanador e a(s) identidade(s)**

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA:

Ass.: _____
Pres.: Prof. Dr. Osvando J. de Moraes
Universidade de Sorocaba

Ass.: _____
1º Exam.: Prof. Dr. Maurício Gonçalves
Universidade de Sorocaba

Ass.: _____
2º Exam.: Prof. Dr. Vicente Gosciola
Universidade Anhembi-Morumbi

Dedico este trabalho à minha mãe, avós,
irmãos, esposa e filhos.
Per Aspera Ad Astra.

AGRADECIMENTOS

Os últimos três anos não foram meros 1095 dias. Foram tempos de muitas dificuldades e realizações. Dizem que tudo acontece durante um mestrado. No meu caso, é a mais pura verdade. Mudei meu endereço, mudei de emprego, mudei de endereço novamente, me casei, fui viajar, minha mãe teve câncer e se curou, eu e minha esposa tivemos um filho lindo, mudei de endereço mais uma vez e durante todo esse período de construção deste trabalho, nunca, nem sequer por um segundo, deixei de ter meus momentos fazendo o que eu mais prezo: exercitar o corpo e a mente.

Agradeço minha mãe Cíntia, avós Walter e Olga, meu irmão Ricardo e meus amigos do coração Renato, Renatinho e Mônica Bittencourt, pelo apoio e pela confiança. Sem eles, não conseguiria finalizar mais uma importante etapa de minha vida.

Agradeço minha esposa Bianca, pela paciência nos momentos mais *nerds* e por, nem sempre, concordar com minhas ideias. Sem ela, não teria melhorado como ser humano.

Agradeço ao meu orientador, Professor Osvando J. de Moraes, pelo constante incentivo, por doar-se de forma tão inspiradora e por permitir acesso ao seu arquivo de conhecimentos. Sem ele, além de não ter ingressado no curso e não encontraria o final que este trabalho merece.

Agradeço aos Professores Paulo Schettino, Maurício Gonçalves, Vicente Gosciola e à Luisa Paraguai, pelo ótimo humor, pela ajuda na confecção do meu projeto e por me guiarem no início dessa jornada. Sem eles, não conseguiria dar corpo a minha ideia.

Agradeço à Maysa, Carla, Thifani, César, Paulo, Elton, Gabriela, Ana, Andrea, Argemiro, Elison, Robson, Rodrigo, Silvio, Calil, Leonardo, João e todos ou outros amigos de curso com quem tive a prazerosa oportunidade de trocar conhecimentos.

Saibam que todos se tornaram parceiros para a vida.

Obrigado!

O homem não joga senão desde o momento em que é plenamente homem; e não é totalmente homem senão desde o momento em que joga.

(Schiller)

RESUMO

Ao considerar o *videogame* como um produto midiático da indústria cultural de massa contemporânea, o que este trabalho propõe, no fundo, é uma investigação das transformações culturais e sociais decorrentes dessa afirmação, problematizando a relação *gamer/personagem/avatar*.

Outro propósito foi o de compreender a indústria do *videogame* em processo de transformação nessa bilionária indústria. Para tanto, será necessário conhecer um pouco da história, desse meio virtual de entretenimento, desde seu surgimento na década de cinquenta.

Os *videogames*, reconhecidos como produtos culturais, representam nossas crenças, atitudes e uma série de questões com as quais jogamos em determinados momentos da vida.

A ideia dos *games* é combinar, na narrativa, o envolvimento e a interação do *gamer*, estabelecendo uma ligação mais profunda, extrapolando a condição de recreação como se apresenta, por exemplo, no *game Pong*.

Objetiva-se, ainda, argumentar sobre o principal interesse dos programadores não estar no aspecto narrativo e o jogador ter que reconhecer e nomear o ponto na tela. Essa condição transforma-se, quando Shigeru Miyamoto, em 1981, propõe uma personagem principal para seu *game*: um encanador corpulento chamado *Jumper Man*, mais tarde rebatizado de “Mário”.

Propomos, neste trabalho, uma questão importante, que foi, sem dúvida, a evolução da tecnologia que possibilitou a Miyamoto apresentar uma nova proposta estrutural que ganhava, formalmente, um movimento horizontal.

Posto que o jogador começava o *game* do lado esquerdo, em uma fase, e sabia que, ao final, estaria no lado direito da tela e, assim, sucessivamente. Por exemplo, *Super Mário Brothers* anunciou a nova revolução do *videogame* doméstico, o que chamaremos, aqui, de “A Revolução de Miyamoto”, o nascimento das personagens e da narrativa nos *videogames*.

A partir desse momento histórico, o grau de envolvimento dos indivíduos com os *games* ganha uma outra dimensão, dada pela condição de avatar. Isso representou uma transformação radical no mundo do entretenimento virtual.

Para contextualizar a compreensão de um outro paradigma estruturador da relação *gamer/personagem/avatar*, pretende-se analisar, também, de forma mais aprofundada, o *game Def Jam: Fight For NY*.

Nesse revolucionário jogo, o *gamer* tem a oportunidade de criar seu avatar, como quiser, dando-lhe as mais distintas características e a possibilidade do *gamer* poder construir, literalmente, uma representação de si mesmo e problematizar a relação *gamer/avatar/personagem*, na estrutura do *game*, e irá pontuar as referências teóricas a serem pesquisadas no campo da comunicação e da cultura por este trabalho.

Palavras-chave: Videogame. Ludologia. Teoria do meio. Comunicação e Identidades. Avatar. Tecnologias. Heterônimos. Contemporaneidade.

ABSTRACT

Defining videogames as a media product in the contemporary mass culture industry, this paper proposes, in essence, an investigation of the cultural and social changes resulting from this assertion, questioning the relationship gamer/character/avatar.

Another purpose is to understand the process of transformation of this multibillion dollar industry. It is therefore necessary to know about the history of this virtual environment of entertainment since its emergence in the fifties.

Videogames, understood as cultural products, represent our beliefs, attitudes, and a number of situations in which we play at certain times of our lives.

The games' focus is to bring players' participation and interaction into their narrative, establishing a deeper connection, beyond the mere recreation that would be the case in, for example, the game Pong.

Our goal is also to discuss how programmers' attention and interest was not in the narrative dimension, but in that the player recognize and name a point on the screen.

This situation was transformed when Shigeru Miyamoto proposed, in 1981, the main character in his game: a portly plumber named Jumper Man, later renamed "Mario".

We put forward an important issue, namely, the evolution of the technology which enabled Miyamoto to introduce a new game structure: horizontal movement. The player started the game on the left side of the screen, and knew that the end would be on the right side of the screen, and so on. For example, Super Mario Brothers brought forth a new revolution in domestic videogames, which we call "Miyamoto's Revolution", and which marked the birth of characters and narrative in videogames.

From this historical moment, the degree of people's involvement in games, now given the status of an avatar, gains another dimension. This implied a radical transformation in the world of virtual entertainment.

To contextualize the understanding of another structuring paradigm of the relationship gamer/character/avatar, we intend to consider, too, in greater depth, the game Def Jam: Fight For NY. In this revolutionary game, gamers have the opportunity of creating their avatars as they please, granting them the most distinctive features; existing also the possibility for players to build a literal representation of themselves, questioning in the structure of the game the very relationship gamer/character/avatar. This paper aims to point out the theoretical references investigated in the field of communication and culture.

Key words: Videogame. Ludology. Medium theory. Communication and Identities. Avatar. Technologies. Heteronymous. Contemporaneity.

RESUMEN

Al considerar el *videogame* como un producto mediático de la industria de la cultura de masas contemporánea, este trabajo se propone, en esencia, una investigación de los cambios culturales y sociales resultantes de esta afirmación, cuestionando la relación *gamer* / personaje / avatar.

Otro propósito es entender la industria del *videogame* en el proceso de transformación de esta industria millonaria. Para ello, es necesario conocer un poco de la historia de ese medio virtual de entretenimiento, desde su aparición en los años cincuenta.

Los *videogames*, reconocidos como productos culturales, representan nuestras creencias, actitudes y una serie de situaciones con las que jugamos en determinados momentos de la vida.

La idea de los juegos es combinar en su narrativa la participación e interacción de los jugadores, estableciendo una conexión más profunda, más allá de la condición de recreación como se presenta, por ejemplo, en el juego *Pong*.

Nuestro objetivo es discutir, además, sobre como el interés principal de los programadores no estaba en el aspecto narrativo, sino en que el jugador que reconozca y nombre un punto en la pantalla. Esta condición se transformó, cuando Shigeru Miyamoto, en 1981, propone el personaje principal de su juego: un plomero corpulento llamado *Jumper Man*, posteriormente rebautizado como "Mario".

Proponemos en este trabajo, una cuestión importante, es decir, la evolución de la tecnología que permitió a Miyamoto presentar una nueva propuesta estructural que ganaba formalmente un movimiento horizontal. El jugador comenzaba el juego en el lado izquierdo, en una fase, y sabía que al final estaría en el lado derecho de la pantalla, y así sucesivamente. Por ejemplo, *Super Mario Brothers* anunció una nueva revolución en el videojuego doméstico, lo que aquí llamaremos de "La Revolución de Miyamoto", que marcó el nacimiento de los personajes y la narrativa en los *videogames*.

A partir de este momento histórico, el grado de participación de las personas en los *games* gana otra dimensión, dada la condición de *avatar*. Esto representó una transformación radical en el mundo del entretenimiento virtual.

Para contextualizar la comprensión de otro paradigma estructurador de la relación *gamer*/personaje/avatar, pretendemos examinar, también, con mayor profundidad, el juego *Def Jam: Fight For NY*.

En este revolucionario juego, el *gamer* tiene la oportunidad de crear su avatar a su gusto, dándole las características más distintivas, teniendo, también, la posibilidad de que los jugadores construyan, literalmente, una representación de sí mismo cuestionando, en la estructura del juego, la relación *gamer*/avatar/personaje.

Este trabajo pretende puntualizar las referencias teóricas investigadas en el campo de la comunicación y la cultura.

Palabras clave: Videojuegos. Ludología. Teoría del medio. Comunicación y Identidad. Avatar. Tecnologías. Heterónimos. Contemporaneidad

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Pré-definição ou personalização	83
Figura 2	Estrutura corpórea	83
Figura 3	Formato e cor da face	83
Figura 4	Formato e cor dos olhos	83
Figura 5	Formato das sobrancelhas	83
Figura 6	Formato do nariz	83
Figura 7	Formato dos lábios	84
Figura 8	Formato das orelhas	84
Figura 9	Formato e cor do cabelo e barba	84
Figura 10	Finalização do avatar	84
Figura 11	A diversidade masculina	94
Figura 12	A diversidade feminina	94

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 DE GUTENBERG A BERNERS-LEE	24
2.1 Novos meios, novos ambientes e novas habilidades	31
2.2 A Escola de Toronto e os teóricos do meio	33
2.3 A Teoria do Meio	36
2.4 Joshua Meyrowitz e a segunda geração da Teoria do Meio	39
2.5 JVG, NJVG e a reformatação pelo meio	43
3 A NATUREZA E O SIGNIFICADO DO JOGO	48
3.1 De Tênis para Dois a Donkey Kong	55
3.2 A valorização da narrativa	58
3.3 Ludologia	59
3.4 Por uma Ludo-narratologia	61
3.5 Uma narrativa dos games	62
3.6 Neo-narrativas=interação	68
3.7 Interatividade nas mediações computacionais	69
3.8 Interação mútua, interação reativa e a multi-interação	76
4 DEF JAM: FIGHT FOR NEW YORK	82
4.1 O avatar e a personagem	85
4.2 A produção do discurso	87
4.3 A ideologia e o produto	90
4.4 A diversidade em Def Jam: Fight For New York	93
4.5 O contemporâneo e a(s) identidade(s)	94
4.6 A comunicação na construção da(s) identidade(s)	96
4.7 A descentralização do sujeito	99
4.8 A heteronímia como resposta	100
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	111
6 REFERÊNCIAS	116

1 INTRODUÇÃO

Em nosso trabalho, analisamos, em um primeiro momento, os conceitos de Comunicação e de Cultura, pois julgamos importante que o leitor esteja ciente da escolha dos conceitos de que irão nortear nossa análise. Para tanto, escolhemos o conceito de Ciro Marcondes Filho, no qual pontua que o termo *comunicação*, no geral, é

[...] O ato de transmitir e trocar signos e mensagens, referindo-se mais além à circulação de bens e pessoas. De forma mais ampla, ele se aplica aos processos técnicos de transmissão e troca de mensagens que vieram com a imprensa, o rádio, a televisão e os satélites. (MARCONDES, 2002, p. 9)

Na intenção de manter-se afastado dos usos difusos e físicos do termo, Marcondes diz que a comunicação relaciona-se de forma direta com o *comum* e com a *comunhão*. De certa forma, o primeiro aspecto está intimamente relacionado à noção do pertencimento simultâneo a vários sujeitos. Como pontua o filósofo grego Platão, que é enfático quando afirma que, de certa forma, a semelhança deriva de uma participação efetiva de uma ideia comum entre as participantes de tecido social. Já o segundo aspecto diz respeito às semelhanças de ideias, pensamentos e crenças entre pessoas que têm consciência dessa semelhança e tentam entendê-la de alguma forma. Logo, seria um ambiente que proporciona uma espécie de bem-estar moral aos indivíduos nele inseridos. (MARCONDES, 2002, p. 10)

Nesse contexto, pode-se inferir que a comunicação pode ser vista como um processo constituído no relacionamento entre emissor e receptor – que, em muitas situações, trocam de papel, quantas vezes acharem necessárias – definindo-se como parceiros em um processo comunicacional que interagem continuamente.

No âmbito da cultura, homens e mulheres estão inseridos em um “esquema” político-social-econômico e em determinado contexto geográfico. Bronislaw Malinowski, por seu turno, pontua que a cultura é representada pelo “todo integral constituído por implementos e bens de consumo, por cartas constitucionais para os vários agrupamentos sociais, por ideias e ofícios humanos, por crenças e costumes”. (MALINOWSKI, 1975, p. 42)

De acordo com o autor, ao considerarmos uma cultura primordial ou uma cultura desenvolvida, iremos nos deparar com uma vasta aparelhagem, parte

material, parte humana, parte espiritual, que ajudará o indivíduo a lidar com seus problemas concretos, específicos, com os quais se confrontará em seu cotidiano. (MALINOWSKI, 1975, p. 42)

Após ter exposto suas análises – funcional e institucional – sobre o termo, Malinowski pontua que

A cultura é um conjunto integral de instituições em parte autônomas, em parte coordenadas. Ela se integra à base de uma série de princípios, tais como: a comunidade de sangue, por meio da procriação; a contiguidade espacial, relacionada à cooperação; a especialização de atividades; e, por fim, mas não menos importante, o uso do poder na organização política. (MALINOWSKI, 1975, p. 46)

Com base nas ideias destacadas acima, pode-se pensar que os processos comunicacionais decorrentes das trocas – sejam elas mediadas ou não – entre seres humanos concretos e atuantes, no mundo, constroem as culturas que, por sua vez, dão forma aos processos comunicacionais, constituindo-se, assim, uma relação bastante orgânica e que não há como desvencilhar-se.

Assim, ao considerar o *videogame* como um produto midiático da indústria cultural de massa contemporânea, o que este trabalho propõe, no fundo, é uma investigação das transformações culturais e sociais decorrentes dessa afirmação, problematizando a relação *gamer/personagem/avatar*.

Desse modo, podemos inferir que o *videogame* também propõe as tradicionais trocas culturais, como pré-requisito para que haja de fato comunicação no sentido pleno da palavra. Por isso, no que tange a essas “trocas culturais”, enfoque tão requisitado em trabalhos acadêmicos de abordagem comunicacional, salientamos que nossa atenção recaiu especificamente e, principalmente, sobre as trocas mediadas ou midiaticizadas, uma vez que pensar apenas as questões presenciais delimitariam nosso ponto de vista e, também, o propósito primário deste trabalho, que não é tautológico. Isso, de certa forma, não quer dizer que não damos a devida atenção às questões presenciais, tão inerentes aos processos comunicacionais mais tradicionais. Todavia, vale atentar que, atualmente, não há como se pensar a comunicação, sem ter em mente a questão da mediação de algum tipo de aparato (tecnológico ou não) e que determinados aparatos servem, também, para aproximar os indivíduos e promover trocas presenciais, como no caso de alguns *videogames* – objeto de estudo deste trabalho.

Após meio século de estudos sobre os meios de comunicação, aparentemente, não restam dúvidas do poder de transformação que os sistemas midiáticos exercem sobre nossas culturas e sobre o fato de que muitas delas exibem algum tipo de relação íntima com as tecnologias comunicacionais, neste contexto pós-moderno no qual estamos inseridos. Sabemos, ainda, que não estar conectado ao mundo e com suas possibilidades tecnológicas compressoras, que quebram a noção de espaço e de tempo, poderia gerar, ainda, categorias variadas de abismos culturais e acabaria, ainda, por nos relegar à modalidade de *outsiders*.

Além disso, outro propósito de nossa pesquisa foi o de compreender a indústria do *videogame* em processo de transformação nessa bilionária indústria. Para tanto, será necessário conhecer um pouco da história, desse meio virtual de entretenimento, desde seu surgimento na década de cinquenta. Também fica evidente que a ideia dos *games* é, no fundo, combinar, na narrativa, o envolvimento e a interação do *gamer*, estabelecendo uma ligação mais profunda, extrapolando a condição de recreação como se apresenta, por exemplo, no *game Pong*.

De certo modo, está patente que nem todos os indivíduos inseridos nesse contexto tecnológico estão completamente capacitados para o que pode ser proporcionado pelos meios de comunicação. Por outro lado, parece igualmente clara a criação de uma tendência – ou necessidade – de que todos, sem nenhuma exceção, mesmo inconscientes, estão inseridos no chamado “mundo digital”. Percebemos, então, a inevitável instalação de uma espécie de paradoxo moderno, talvez o maior e mais problemático de todos. Estamos conectados ao mundo da tecnologia e dependemos dele o tempo todo para que possam interagir com o próprio mundo, seja no contexto da pura informação ou da diversão simplesmente, tudo tem como foco a tecnologia que se impõe com ruptura e instalação de barreiras, num paradoxo que nos impele às reflexões.

De qualquer forma, independente da inserção dos indivíduos, nesse ou naquele mundo, e sejam os meios de massa, manipuladores ou não, muitos estudiosos (entre eles, Adorno, Horkheimer, Baudrillard, Thompson, Havelock, Innis, McLuhan, Meyrowitz etc.) já expuseram seus postulados e, hoje, fica muito claro para nós que os meios de comunicação *reformataram* – e reformatarão constantemente – nossas culturas, transformando nossos ambientes e nossas habilidades para a comunicação com o outro e com o mundo.

É nesse âmbito de transformações constantes, que o objeto de estudo deste

trabalho se enquadra. Assim, podemos dizer que os *videogames*, reconhecidos como produtos culturais, representam nossas crenças, atitudes e uma série de questões com as quais jogamos em determinados momentos da vida.

Nesse momento, podemos propor o que seria uma breve descrição das partes que compõem nosso trabalho, bem como uma exposição dos conceitos que estarão inseridos nelas, a partir de cada capítulo e seus enfoques. Posto que o jogador começava o *game* do lado esquerdo, em uma fase, e sabia que, ao final, estaria no lado direito da tela e, assim, sucessivamente. Por exemplo, *Super Mário Brothers* anunciou a nova revolução do *videogame* doméstico, o que chamaremos, aqui, de “A Revolução de Miyamoto”, o nascimento dos personagens e da narrativa nos *videogames*.

Assim, a partir desse momento histórico, o grau de envolvimento dos indivíduos com os *games* ganha uma outra dimensão, dada pela condição de avatar. Isso representou uma transformação radical no mundo do entretenimento virtual. Para contextualizar a compreensão de um outro paradigma estruturador da relação *gamer*/personagem/avatar, pretende-se analisar, também, de forma mais aprofundada, o *game Def Jam: Fight For NY*.

No primeiro capítulo, com base em Manuel Castells (1999), inserimos o leitor na segunda metade do século XX e abordamos o surgimento de um novo sistema de comunicação global, no qual o receptor de outrora passou a ter perante si a possibilidade de receber o *status* de emissor.

Obviamente, isso não quer dizer que o primeiro deixou de existir. Houve, na verdade, uma amplitude de possibilidades. Desse modo, propomos, neste trabalho, uma questão importante e que não deixa dúvida aos que estão em constante interatividade com esse meio: foi a evolução da tecnologia que possibilitou a Miyamoto apresentar uma nova proposta estrutural que ganhava, formalmente, um movimento horizontal.

Desse modo, devemos lembrar que carregamos, em nossas subjetividades, muitos anos de hábitos – predominantemente pouco crítico – em relação aos meios de comunicação, sobretudo em relação à televisão, que no entender de muitos especialistas “doutrinou o olhar humano”. Todavia, como deixamos claro, na primeira parte deste trabalho, o surgimento de novos meios que possibilitaram maiores níveis de interação – seja com o próprio meio ou com o outro –, demandaram novas posturas dos meios em si e daqueles que os consomem.

Então, vale ressaltar, nesse contexto, que uma nova técnica não substitui completamente à antiga. Assim como o rádio não substituiu a imprensa escrita, nem a televisão não substituiu o rádio, por exemplo, podemos pensar que um novo meio não faz com que seu antecessor deixe de existir. Muito pelo contrário, pode ser absorvido, em muitos casos. O novo pode enfraquecer o anterior, mas não o extingue por completo. O novo meio suplementa o antigo e suplementa nossas habilidades para que possamos usá-lo.

Assim, podemos até nos arriscar em dizer que não deixaremos de assistir à televisão ou de ouvir rádio. Iremos fazê-lo em outras plataformas, com habilidades outras e das mais diferentes formas. Isso principalmente, a partir do advento da Internet. E, ainda, podemos arriscar – novamente – em dizer que a televisão, em razão de sua evolução conectiva e das inevitáveis convergências midiáticas e culturais, está para receber uma nova e desconhecida denominação em breve. Além de passar a exercer outras funções, além da do entretenimento.

Nesse aspecto, nossa pesquisa objetiva, ainda, argumentar sobre o principal interesse dos programadores não estar no aspecto narrativo e o jogador ter que reconhecer e nomear o ponto na tela. Essa condição transforma-se, quando Shigeru Miyamoto, em 1981, propõe uma personagem principal para seu *game*: um encanador corpulento chamado *Jumper Man*, mais tarde rebatizado de “Mário”.

Assim, sob esse viés, no primeiro capítulo, discutimos as ideias de Derrick De Kerckhove (2003), abordamos as questões de como as mídias editam e, ao mesmo tempo, alteram o ambiente para nós, como elas “editam” o indivíduo¹ e como esses indivíduos estão se modificando em decorrência usos que fazem das mídias a que estão expostos ou vinculados diariamente. Para o autor, “as telas se tornaram tão íntimas, e estão ficando tão mais próximas do homem, que são quase uma biotecnologia”. (KERCKHOVE, 2003, p. 15)

Essa “edição” proposta por Kerckhove contribuiu para dar corpo ao título do primeiro capítulo. Em “Novos meios, novos ambientes e novas habilidades”, abordamos a questão dos meios de comunicação enquanto objeto de estudo e suas influências, tendo como centro principal o *videogame* do século XXI. Para tanto, buscamos a Escola de Toronto e alguns dos teóricos que fazem parte dessa corrente – Harold Innis, Eric Havelock, Marshall McLuhan e Joshua Meyrowitz – e

¹ Derrick de Kerckhove usa o termo “usuário”; mas, neste trabalho, optamos por usar o termo “indivíduo”, por acreditar que o primeiro pode trazer um sentido de vício.

ainda aproveitamos para mostrar, através de um estudo *neurocientífico*, que o ato de jogar *videogame*, apesar de carregar o estigma de algo *infantilizado* e até mesmo *idiotizado* pode, de fato, contribuir positivamente para as habilidades de nosso sistema sensório-motor. Ser até um contributo à educação.

No segundo capítulo, abordamos as diversas questões inseridas no contexto do jogo, a partir de autores como Iuri Lotman, Fernando Pontes, Celina Magalhães, Nicola Abbagnano e Johan Huizinga e aproveitamos, também, para apresentar uma tipologia dos jogos proposta por Roger Caillois.

Pode-se ver, mais adiante, que os pontos de vista sobre o jogo podem ser muitos e, como expõe Johan Huizinga, na introdução de seu *Homo Ludens* (2000), considerar “jogo” toda e qualquer atividade humana seria óbvio demais. Mesmo assim, o autor não vê razão para que abandonemos a noção de jogo como fator distinto e fundamental, presente em todas as situações que acontecem em nosso mundo. Para esse autor, é no jogo e através dele que a civilização surge e se desenvolve. Por isso, ele vê o jogo como elemento da cultura e não como um elemento inserido “na” cultura, pois sua intenção não está na definição de um lugar para o jogo entre as manifestações culturais, mas sim em determinar até que ponto a cultura em si é possuidora de um caráter lúdico.

Conceituar a palavra “jogo” não é tarefa simples, pois devemos considerar as diversidades encontradas em toda esfera global. Nesse sentido, Huizinga pontua que

Ao falarmos do jogo como algo que todos conhecem e ao procurarmos analisar ou definir a idéia que essa palavra exprime, precisamos ter sempre presente que essa noção é definida e talvez até limitada pela palavra que usamos para exprimi-la. Nem a palavra nem a noção tiveram origem num pensamento lógico ou científico, e sim na linguagem criadora, isto é, em inúmeras línguas, pois esse ato de “concepção” foi efetuado por mais do que uma vez. Não seria lícito esperar que cada uma das diferentes línguas encontrasse a mesma ideia e a mesma palavra ao tentar dar expressão à noção de jogo, à semelhança do que se passa com as noções de “pé” ou “mão”, para as quais cada língua tem uma palavra bem definida. (HUIZINGA, 2000, p. 24)

Assim, se considerarmos a maneira como tal noção pode ser expressa pelas palavras mais comuns, na maior parte das línguas europeias modernas – como no caso do nosso português, por exemplo –, o autor propõe a noção de que o jogo

[...] É uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da "vida quotidiana". (HUIZINGA, 2000, p. 24)

Por considerarmos a noção, acima descrita, a que mais se aproxima de nosso objeto de estudo, este trabalho dará maior atenção a essa noção. Nesse contexto, é claro que levamos em consideração a multiplicidade de significados que a palavra “jogo” pode carregar e, assim como Huizinga, também, consideramos a possibilidade de que alguma língua tenha conseguido sintetizar os diversos aspectos do “jogo”, em uma só palavra melhor do que tantas outras capazes de expressar uma multiplicidade de sentidos que se aglutinam no entorno de uma ideia concentrada no ato de jogar. No entanto, por acreditar que essa é a noção mais apropriada ao *videogame* e no intuito de proporcionar ao leitor um maior conforto, preferimos optar por esse termo.

Tendo definida a noção de jogo que usamos, como próximo passo, no segundo capítulo, apresentamos ao leitor um panorama histórico do *videogame*. Em “De Tênis para Dois a Donkey Kong”, abordamos o surgimento desse meio, no contexto da Guerra Fria, evento que gerou o desenvolvimento de tecnologia computadorizada, para que o lançamento de mísseis e situações de combates, de certa forma, pudesse ser simulado.

De um experimento em um *osciloscópio*, passando pela corrida espacial das décadas de 50 e 60, pela chegada do *videogame* às residências norte-americanas, pela transformação da televisão em um “parque de diversões” e o lançamento do *game Pong*, em 1972, pela Atari, de Nolan Bushnell, deixamos o Ocidente e fomos em direção ao Oriente, onde as influências para a produção de *games* têm como base a Segunda Guerra Mundial.

No Japão, vimos, também, uma verdadeira onda de invasores digitais inserir o país na linha de frente da indústria do *videogame*, bem como o surgimento da vontade de se conquistar outro tipo de público que optasse pela não-violência, por meio do *game Pac Man*, o primeiro a introduzir um protagonista em um *videogame*. Esse acontecimento representou um salto nas narrativas de *videogame* e fez surgir um novo segmento de trabalho para *designers* de *games*: a criação de personagens que pudessem explorar o envolvimento com o indivíduo jogador de *videogame*, o *gamer*.

Com o foco voltado para o *ciberespaço*, Janet Murray (2003, p. 149) chama esse indivíduo que improvisa os caminhos determinados pelo autor e pelas obras das novas mídias de *iterator*. Vicente Gosciola (2003, p. 20) faz uso do termo *usuário* – que engloba as ações de uso, utilização e comunicação com a obra – por considerá-lo mais abrangente, uma vez que a hipermídia nem sempre permite que o usuário faça tais improvisações. Neste trabalho, optamos por denominar o *iterator* de Murray e o usuário de Gosciola como *gamer*, uma vez que o mesmo está inserido no contexto dos *videogames* de consoles.

De certa forma, este trabalho enfatiza que os *videogames* representam crenças, atitudes, ideologias e uma série de outras questões com as quais os indivíduos dialogam em determinados momentos de suas vidas. A ideia dos *videogames* é combinar, na narrativa, o envolvimento e a interação do *gamer*, estabelecendo uma ligação mais íntima, extrapoladora da simples condição de recreação característica de outros produtos, como a televisão ou o cinema, por exemplo. Assim, o grande diferencial do *videogame* encontra-se, antes de tudo, na interatividade e no grau de envolvimento oferecido por ele.

Se relembrarmos que a grande maioria dos *games*, da década de 70, era desprovido de uma personagem central e a tela permanecia estática, não permitindo interações, perceberemos que o interesse dos programadores não estava no aspecto narrativo, cabendo ao *gamer* uma total abstração, a fim de caracterizar e até nomear o ponto na tela. Por essa razão, apresentar, imagetivamente, uma personagem, com a qual o *gamer* tenha a possibilidade de criar graus de envolvimento, foi tão importante – e ainda é algo imprescindível de nosso ponto de vista – para o mundo dos *videogames*.

Muito, provavelmente, a quebra de paradigma necessária para que o *videogame* atingisse o *status* de meio de comunicação expressivo ocorreu em 1981. Em *Donkey Kong*, de Shigeru Miyamoto, a personagem parecia ser feita de carne e osso e tinha a tarefa de salvar a princesa de um terrível gorila. É evidente que a tecnologia dos anos 80 tornou possível a Miyamoto apresentar uma nova proposta estrutural para os *games* e, mais do que isso, anunciou a primeira revolução do *videogame* doméstico, que denominaremos, aqui, como a “Revolução de Miyamoto”.

Evidentemente que fica claro que outras revoluções ocorreram e, ainda, ocorrerão, no que diz respeito ao universo dos *videogames*, mas o importante é que

o nome de Miyamoto não será esquecido tão cedo, devido à contribuição ao mundo dos games, que possibilitou deixar um legado para o mundo do entretenimento. Logo, é provável que cada nova geração de consoles e periféricos represente uma revolução das técnicas desse meio e não seria exagero pensar que, talvez, tal sucessão de revoluções represente uma espécie de ciclo infundável. Afinal, quem poderia responder de maneira precisa aonde a tecnologia dos *videogames* poderá chegar e o que ela poderá fazer?

De qualquer maneira, esse importante momento da indústria do entretenimento fez com que o grau de envolvimento dos *gamers* em relação aos *videogames* pudesse ganhar uma dimensão outra, com propósito verdadeiro, dada pela condição de *avatar*², cuja presença é determinante no processo de construção das narrativas de *videogames*.

Em narrativas características de meios audiovisuais como o cinema, temos exemplos de histórias contadas com certa complexidade, mas sabemos que tais produtos permanecem imutáveis, não importando quantas vezes os vejamos. É claro que, no campo da abstração, podemos lê-los, assimilá-los e até mesmo reconstruí-los; porém, o fato de que não podemos interferir em suas narrativas ou interagir com esses produtos ainda permanecerá imutável. Assim, podemos dizer que continuamos como agentes passivos em uma relação unidirecional, na qual a não-interação prevalece³. Por essa razão interativa, a indústria dos *videogames* já superou, em termos financeiros, a indústria do cinema e da música somados, ficando atrás apenas da indústria bélica e da indústria automotiva, respectivamente.

Os *videogames*, como novas tecnologias de comunicação e informação, também, estão aptos a contar histórias de maneira complexa, mas com alguns diferenciais essenciais. As informações, nesse meio, são formadas por unidades binárias que podem ser processadas, em tempo real, e de acordo com o comando do *gamer*. Ou seja, permite que ele vá além do simples ouvir, ler ou assistir às imagens expostas na tela. Não isso ficou para trás. A partir da revolução tecnológica,

² Datação: 1871 cf. DV; Acepções: substantivo masculino; 1 Rubrica: religião; na crença hinduísta, descida de um ser divino à terra, em forma materializada [Particularmente cultuados pelos hindus são Krishna e Rama, avatares do deus Vixnu; os avatares podem assumir a forma humana ou a de um animal.]; 2 processo metamórfico; transformação, mutação. Ex.: o a. de um artista; Etimologia: fr. avatar (1800) “descida”, adp. do sânsc. avatára “descida do Céu à Terra”. Fonte: Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa.

³ Ver ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

os *videogames* tornam possível a participação ativa do *gamer* a todas as narrativas e essas, por sua vez, são pensadas e estruturadas para o *gamer*. As narrativas de *videogames* demandam a ação do *gamer*.

Em concordância com Lev Manovich (2001, p. 8), optamos por assumir como novas mídias os vídeos e cinemas digitais, os *sites* da *web*, os ambientes e mundos virtuais, os *games* de computador e de consoles computadorizados, as instalações interativas por computador, as animações com imagens reais e sintetizadas por computador, multimídias e demais interfaces humano-computador.

Nesse momento, julgamos oportuno que os conceitos de termos como audiovisual, hipertexto, multimídia e hipermídia, que serão utilizados neste trabalho, sejam apresentados ao leitor.

Dessa maneira, o audiovisual, de acordo com Gianfranco Bettetini (1996, p. 32), trata-se de um produto – objeto ou processo – que, com o propósito de troca comunicacional, trabalha com os estímulos sensoriais da audição e da visão e, ao contrário de outras formas de comunicação que se referem a um só sentido, como a pintura e a fotografia, por exemplo, o audiovisual se encontra em meios como a televisão, o cinema, o vídeo, a multimídia, a computação gráfica, o hipertexto, a hipermídia e a realidade virtual. Os dois últimos podem até mesmo ter ampliado o número de canais de comunicação ao se acrescentar o paladar, o olfato, o tato e o sentido do corpo. (GOSCIOLA, 2003, p. 21)

Atualmente, existem periféricos que operam com simulações de sabor, aroma, pressão, temperatura tátil e *escaneamento* de movimentos corporais. Nesse sentido, podemos citar como exemplo prático de reconhecimento de voz e leitura de movimentos em *videogames* o *Kinect* – antigo *Project Natal* – da Microsoft⁴, considerado a mais nova revolução nas técnicas de jogar *videogames*.

Para Pierre Lévy, um hipertexto é

Um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, gráficos, ou partes de um gráfico, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como em uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar um hipertexto significa, portanto desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicado quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira. (LÉVY, 2004, p. 33)

⁴ Acessar: <http://www.xbox.com/pt-br/kinect>

Segundo Tay Vaughan (2008, p. 1), multimídia “é qualquer combinação de textos, imagens, sons, animações e vídeos disponibilizados ao indivíduo, através de um computador ou qualquer outro meio eletrônico ou digital manipulável”. Quando se permite ao indivíduo controlar os elementos de um produto *multimidiático* – controlar como e quando determinado elemento será disponibilizado –, pode-se denominar esse produto de multimídia interativa.

Sobre o termo hipermídia, Lúcia Santaella diz que

Além de permitir a mistura de todas as linguagens, textos, imagens, som, mídias e vozes em ambientes multimidiáticos, a digitalização – *que está na base da hipermídia* – também permite a organização reticular dos fluxos informacionais em arquiteturas hipertextuais [...]. O poder definidor da hipermídia está na sua capacidade de armazenar informações e, através da interação do receptor, transmuta-se em incontáveis versões virtuais que vão brotando na medida mesma em que o receptor se coloca em posição de autor. Isso só é possível devido à estrutura de caráter *hiper*, não sequencial, multidimensional que dá suporte as infinitas ações de um leitor imersivo. (SANTAELLA, 2004, p. 48-49)

Uma vez inseridos no contexto das novas mídias e das novas possibilidades de construção de narrativas e interações não-lineares próprios desses novos ambientes, podemos pensar que os *videogames* trazem uma linguagem própria ou um *mix* de linguagens que os caracterizam como produtos midiáticos da “indústria cultural” de nosso tempo, capazes de transformar – por meio da evolução de suas técnicas – o receptor de outrora em usuário, *interator*, *gamer* etc.

Os novos meios digitais tornam possível a participação do indivíduo a todas essas narrativas. Os novos jogos permitem que o *gamer* possa interagir amplamente com as narrativas e, assim, vivenciá-las de alguma maneira, tendo como foco a busca do prazer estético-visual, algo inerente à sociedade pós-moderna hedonista que determina as regras do chamado “jogo social”. Assim como na velocidade das atualizações da era digital, em que novos aparatos tecnológicos são lançados a todo instante, temos que estar em constante adaptação – no sentido de diminuir os ruídos e buscar uma evolução nas comunicações – a fim de que a criação de abismos entre nós e o mundo seja evitada.

Ainda, no segundo capítulo, abordamos questões da *narratologia*, da *ludologia* e um conceito que unifica ambas as linhas para uma narrativa dos *games* e, também, aproveitamos a oportunidade para apresentar os conceitos de interação

mútua e interação reativa de Alex Primo⁵, no contexto dos *videogames*, como forma de pensar esses meios como pontes sociais que possibilitam interações presenciais qualitativas, por meio das *multi-interações*.

O terceiro capítulo tem como proposta apresentar e analisar o *game* de ação *Def Jam: Fight For New York*⁶ para Playstation 2. Assim, verificamos alguns pontos em específico como o discurso inserido em sua narrativa, o contexto social e sua ideologia, indispensáveis para o desenvolvimento e distribuição do mesmo, bem como as questões de identificação do público potencial em relação às diversidades das personagens contidas em DJFFNY.

No intuito de caracterizar o discurso ideológico do realizador do *game* DJFFNY, julgamos ser apropriado que uma pequena introdução à história do movimento do *hip-hop* pudesse ser feita nesse capítulo. Para tanto, utilizamos autores como Steven Hager, Ella Shohat, Robert Stam e Isaac Epstein. Assim, pode-se dizer que o discurso contido em DJFFNY carrega a seiva da cultura do cenário do *hip-hop* norte-americano contemporâneo. Temos, na verdade, o contexto de ambientes, predominantemente, urbanos, em que cada indivíduo busca encontrar a sua identidade dentro do contexto das ‘tribos’. Ou seja, muitas gírias, roupas e acessórios da moda e de grifes ditas importantes, carros caríssimos, tatuagens, músculos, *bling blings*⁷ em excesso, além de várias mulheres voluptuosas e muito *sex-appeal*. Na verdade, esses são alguns dos ingredientes que caracterizam esse discurso e a ideologia dos indivíduos inseridos, nesse contexto, que serve de *background* para que o *game* seja desenvolvido e que garante que o mesmo possa atingir de maneira satisfatória – do ponto de vista mercadológico – o público a que é destinado originalmente.

Assim, passo a passo, apresentamos ao leitor as definições de ideologia escolhidas para este trabalho, os conceitos de *avatar* e *personagem*, as diversidades representadas em DJFFNY, as questões da identidade, nos dias atuais, e como os indivíduos/*gamers* se identificam com as personagens contidas em DJFFNY. Assim, aproveitamos, também, as diversidades dessas personagens para problematizar o trânsito entre o *gamer/personagem/avatar* e abordamos as

⁵ Acessar: <http://www.interney.net/blogs/alexprimo/>

⁶ Acessar: <http://www.ea.com/official/defjam/fightforny/us/home.jsp>

⁷ Gíria popularizada na cultura do *hip-hop* que se refere às joias bastante brilhantes e elaboradas e acessórios ornamentados carregados ou instaladas, como correntes, pulseiras, brincos, telefones celulares, capas para os dentes, etc.

questões sobre a descentralização do sujeito, a partir da heteronímia *personana*, tendo como referência, a obra do poeta lusitano, Fernando Pessoa, que se *reconfigurou* em heterônimos, entidades independentes que tinham forma própria de expressão.

Nesse revolucionário jogo, o *gamer* tem a oportunidade de criar seu avatar, como quiser, dando-lhe as mais distintas características e a possibilidade do *gamer* poder construir, literalmente, uma representação de si mesmo e problematizar a relação *gamer/avatar/personagem*, na estrutura do *game*, e irá pontuar as referências teóricas a serem pesquisadas no campo da comunicação e da cultura por este trabalho.

Finalmente, cabe lembrar que nosso trabalho teve como foco principal os *videogames* como meios de comunicação expressivos de nossa era, seja em relação ao seu papel desempenhado na cultura humana, desde o início do terceiro milênio, seja em relação ao estímulo do avanço tecnológico da indústria do entretenimento, pois algo que se torna sólido é a ideia de que, como já fora dito, anteriormente, o que caracteriza o nosso tempo são os jogos eletrônicos, os *games*. Contexto que evidencia a pós-modernidade do nosso tempo, e dialoga com a realidade virtual que se impõe cada vez mais, como algo preponderante deste milênio, em que a palavra, antes riscada a carvão no fundo de uma caverna, é agora digitalizada para fundir à imagem.

2 DE GUTENBERG A BERNERS-LEE

A partir do “espírito alfabético” de Havelock, originário de uma transformação qualitativa na comunicação humana⁸, pode-se perceber o preenchimento do espaço existente entre o discurso oral e o discurso escrito, uma separação do que é falado daquele que fala e a possibilidade do discurso conceitual. Séculos mais tarde, graças à técnica de Gutenberg – possibilitadora da difusão da alfabetização –, vimos uma comunicação cumulativa, com base no conhecimento, ser proporcionada.

Conforme Castells, essa nova ordem alfabética “separava a comunicação escrita da audiovisual de símbolos e percepções” (1999, p. 413) e a adoção do discurso escrito relegaram os sons e as imagens aos bastidores da arte. Mas, no século XX, o sistema predominantemente tipográfico cedeu lugar a um sistema audiovisual – cinema e televisão – e mais, atualmente, à integração de vários modos de comunicação em uma rede mundial. Ou, nas palavras do autor, “a formação de um hipertexto como uma metalinguagem que, pela primeira vez na história, integra no mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação humana.” (CASTELLS, 1999, p. 414)

A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível – muda de forma fundamental o caráter da comunicação. (CASTELLS, 1999, p. 414)

Há de se concordar com Castells, citando Postman⁹, quando o autor pontua que a comunicação, decididamente, molda a cultura, pois

Nós não vemos [...] a realidade [...] como “ela” é, mas como são nossas linguagens. E nossas linguagens são nossos meios de comunicação. Nossos meios de comunicação são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo de nossa cultura. (POSTMAN, apud Castells, 1999. p. 414)

Nesse contexto de transformações de sistemas de crenças e códigos construídos, ao longo do tempo, podemos pensar que as culturas passam a ser

⁸ Ver HAVELOCK, Eric A. A revolução da escrita na Grécia e suas consequências culturais. São Paulo: UNESP/Paz e Terra, 1996.

⁹ Ver POSTMAN, Neil. Amusing ourselves to death: public discourse in the age of show business. New York: Penguin books, 1985, p. 15.

encaradas como produtos da comunicação e que elas estão, em sua grande maioria, inseridas em um sistema eletrônico moderno extremamente volátil e de constantes reformatações, caracterizado por seu alcance global, como fora previsto por Marshall McLuhan no início dos anos 60.

Da Galáxia de Gutenberg à Galáxia de McLuhan e o surgimento de uma cultura de massa, na qual a predominância era da televisão, Castells atribui essa predominância às escolhas das pessoas pelo caminho de menor resistência, uma manutenção do *status quo*, que ele denomina de “síndrome do mínimo esforço”. Segundo o autor, “apenas uma pequena proporção de pessoas escolhe, antecipadamente, o programa a que assistirá [...]. A primeira decisão é assistir à televisão, depois os programas são examinados até que se escolha o mais atrativo.” (CASTELLS, 1999, p. 416)

A partir da década de 80, novas tecnologias passaram a transformar o universo dos meios de comunicação que, conseqüentemente, transformaram o modo como os indivíduos passariam a se relacionar com as novas possibilidades proporcionadas. Nesse sentido, como Castells o fizera, deve-se considerar a natureza interativa dos indivíduos e o fato de que a audiência pode não ser tão passiva como se imaginavam, anteriormente, alguns teóricos.

Tal consideração levou os meios de comunicação a inevitáveis mudanças e, de meios de massa, os mesmos passaram à segmentação, adequação e individualização, permitidos somente pela tecnologia e pela demanda exteriorizada de uma audiência não-passiva potencial, característica dos meios eletrônicos.

A respeito das novas tendências dos meios, descrita por Castells como uma das melhores avaliações sobre a questão, Françoise Sabbah pontua que

Em resumo, a nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea de massa. Devido à multiplicidade de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva. A audiência visada tende a escolher suas próprias mensagens, assim aprofundando sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre o emissor e o receptor. (SABBAH, 1985, p. 219)

Entretanto, sabemos que tal diversificação de mensagens não implica uma perda significativa do controle da televisão sobre os outros meios de comunicação

da época. Muito pelo contrário, percebemos um aumento nos investimentos em comunicação, a formação de grupos cada vez maiores e alianças cada vez mais monopolistas, a fim de que uma generosa fatia de um mercado em transformação seja conquistada. Mas, essa é uma discussão que reservaremos para outra oportunidade.

Contudo, o aperfeiçoamento do sistema de produção e transmissão de conteúdos, o aumento do número de canais, periféricos e afins e a diversificação dos meios de comunicação não transformaram o padrão unidirecional de transmissão das mensagens, pois o real *feedback* não poderia ser considerado, no mínimo, palpável. Com exceção de pesquisas pré-determinadas e, supostamente tendenciosas, nas quais o tempo já havia passado e as respostas já não seriam mais as mesmas. Talvez, no caso da TV, tal panorama possa ser alterado com as possibilidades da chamada TV Digital Interativa, pois se trata de um meio com base em outro, no qual as respostas podem ser proferidas em tempo real: a Internet. Conforme afirma Castells

Embora a audiência recebesse matéria-prima cada vez mais diversa para cada pessoa construir sua imagem do universo, a Galáxia de McLuhan era um mundo de comunicação de mão única, não de interação. Era, e ainda é, a extensão da produção de massa, da lógica industrial para o reino dos sinais e, apesar do gênio de McLuhan, não expressa a cultura da era da informação. Tudo porque o processamento das informações vai muito além da comunicação de mão única. A televisão precisou do computador para se libertar da tela. Mas, seu acoplamento, com consequências potenciais importantíssimas para a sociedade em geral, veio após um longo desvio tomado pelos computadores para serem capazes de conversar com a televisão apenas depois de aprender a conversar entre si. Só, então, a audiência pôde se manifestar. (CASTELLS, 1999, p. 427)

Nesse sentido, com base no acoplamento referido por Castells e na comunicação entre computadores, podemos pensar que as relações de trocas em tempo, praticamente, real representam a essência da Internet. Ela “é a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores (CMC): é a rede que liga a maior parte das redes”¹⁰ e podemos dizer que, hoje, ela é a grande formatadora de nossos padrões de comunicação, pois nossas maneiras de atuar, na rede e com a rede, transportam-se, inevitavelmente, para nosso cotidiano real e vice-versa, em uma espécie de trânsito arriscado.

¹⁰ Ver CASTELLS, Manuel. A cultura da virtualidade real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas. In: A era da informação: economia, sociedade e cultura. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999, p. 431.

John Perry Barlow¹¹ disse que “estamos, agora, criando um espaço no qual o povo do planeta pode ter (um novo) tipo de relacionamento: quero poder interagir totalmente com a consciência que está tentando se comunicar comigo”. William Mitchell¹² afirmou que estão emergindo *on-line* novas formas de sociabilidade e novas formas de vida urbana, adaptadas ao nosso novo meio ambiente tecnológico. (apud CASTELLS, 2001).

Se pensarmos em *games on-line*, lembramos que Sherry Turkle, em um dos primeiros estudos psicanalíticos dos usuários da Internet (membros de um grupo *Multi User Dungeons – MUDs*¹³), demonstrou que sim, os usuários interpretavam papéis e criavam identidades no ambiente da rede. Isso poderia criar uma sensação de pertencimento a alguma comunidade e, talvez trouxesse algum conforto a pessoas carentes de comunicação e autoexpressão. Todavia, a autora conclui que

A noção do real contra-ataca. Quem vive vidas paralelas na tela estão, não obstante, ligadas pelos desejos, pela dor e pela mortalidade de suas personalidades físicas. As comunidades virtuais oferecem um contexto novo e impressionante, no qual pensar sobre a identidade humana na era da internet. (TURKLE, 1995, p. 267)

Mesmo que o objetivo principal deste trabalho não esteja nas questões das redes globais de comunicação, esbarrar no assunto se torna inevitável, se levarmos em conta que nos encontramos profundamente inseridos no contexto da era digital, de suas formatações sociais e da incessante necessidade de sermos muitos e estarmos cada vez mais disponíveis em lugares variados.

Com interesse voltado para a relação entre a tecnologia e a psicologia, Kerckhove (2003, p. 15-26)¹⁴ aborda a questão de como as mídias mudam o ambiente para nós e, ao fazê-lo, como elas editam o indivíduo e como estes estão

¹¹ Criador de gado no Estado do Wiomyng - lugar nada identificado com a revolução tecnológica, uma espécie de Goiás dos EUA -, Barlow foi um dos primeiros a exaltar o potencial libertário da internet e ajudou a popularizar o termo *cyberspace*, ao publicar, há onze anos, sua famosa "Declaração de Independência do Ciberespaço". Por conta desse manifesto, no qual afirma que os governos não têm e não devem ter soberania sobre a Internet, chegou a ser chamado de "Thomas Jefferson do mundo virtual". Acessar: <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>

¹² Ver WILLIAM, Mitchell J. E-topia: A vida urbana – mas não como a conhecemos. São Paulo: Senac, 2002.

¹³ Em termos de jogos para computador, um MUD é um RPG (*role-playing game*) *multiplayer*, normalmente, executado em uma BBS (*bulletin board system*) ou em um servidor da Internet. Nele, os *gamers* assumem o papel de uma personagem e recebem informações textuais que descrevem o ambiente, outras personagens e outras entidades controladas pelo computador em um mundo virtual.

¹⁴ Kerckhove usa o termo editar no sentido de construção do fato pela mídia.

se modificando pelos usos que fazem das mídias. O autor ainda trata de questões de cognição e mídia e de como as novas tecnologias podem afetar as estratégias conscientes e inconscientes de processamento de informações dos indivíduos, dividindo seu ponto de vista em oito partes: 1) As mídias como interfaces; 2) “Telalogia” (*Screenology*); 3) As mídias “editam” o ambiente; 4) As mídias editam o usuário; 5) As mídias administram as respostas sensoriais do usuário; 6) Como as mídias editam a mente; 7) O “imaginário objetivo”; 8) Conexão-direta-mente-máquina.

Na primeira parte, o autor pontua que as mídias funcionam como interfaces entre linguagem, corpo e mundo e que as mesmas posicionam a linguagem e o pensamento dentro e fora do corpo. Se considerarmos que cada vez mais a inteligência pode ser compartilhada com o mundo, podemos, assim como Kerckhove, questionar o quanto de pensamentos e sentimentos ainda são nossos e se os mesmos estão sob nosso controle. Será que eles já não representam uma espécie de subproduto da indústria da consciência¹⁵?

Nesse sentido, a indústria comercializa nossa atenção, o conteúdo de nossos pensamentos e desejos e, geralmente, a TV – no modelo como conhecemos – vem representar o papel de mídia dominante na coletivização de conteúdos íntimos individuais, como *voyerismo* ou desejo por determinado produto, por exemplo. Mas, como podemos perceber, a instituição da Internet vem trazer consigo a possibilidade do indivíduo emitir respostas às telas e compartilhar as responsabilidades dos conteúdos contidos nas redes.

Na segunda parte, Kerckhove se baseia na dominância da tela. Ou seja, na tela como ponto de entrada para o processo de informação conectada. Ao longo da história da escrita ocidental, os indivíduos – enquanto seres imagéticos – exercitam seu poder de abstração – com base em experiências reais – para construir narrativas que possam traduzir as palavras recebidas e transmiti-las adiante. De acordo com o autor, esse tipo de projeção de filmes, no subconsciente, altera-se e inverte a orientação da mente com o advento da televisão.

Com a TV minha mente vai para a tela para entrar no mundo que ela me mostra. Quando estou lendo, estou pensando a partir de palavras que levam o mundo para minha mente. Quando estou na frente da tela, inverte isso e

¹⁵ Ver ENZENSBERGER, Hans M., Elementos para uma teoria dos meios de comunicação. São Paulo: Conrad, 2003.

externalizo meu processo de pensamento, o que é uma diferença radical se comparada à nossa abordagem tradicional. As telas externalizam sínteses psicossensoriais. (KERCKHOVE, 2003, p. 18)

Se, de um lado, nossos pais e até mesmo uma parcela significativa de indivíduos da nossa geração perderam o controle sobre a tela, enquanto a televisão reinava soberana em sua era, por outro, Kerckhove diz que os “screenagers”¹⁶ estão recuperando tal controle por meio do computador. Eles são representados pela nova geração que “brinca” com a tela, com *videogames*, telefones celulares, com a Internet etc.

O computador traz uma total recuperação do controle sobre a tela de modo que agora, quando usamos um computador, compartilhamos a responsabilidade de produzir significado. Produzimos significados junto com a máquina e com as pessoas. (KERCKHOVE, 2003, p. 18)

Na terceira parte, o autor expõe que as mídias enquadram a situação, organizam a informação e controlam o lugar e o tempo de exposição ao usuário – onde e quando as coisas acontecem. Desse modo, “podemos achar que somos livres, mas, geralmente, temos um encontro com nosso aparelho de TV num horário específico do dia” (KERCKHOVE, 2003, p. 19). Podemos pensar a televisão como uma âncora programada, uma espécie de entidade com a qual teremos tal encontro.

Ao contrário da fotografia e do cinema, que editam o ambiente e o recortam em quadros, a televisão *escaneia* o mundo e a nós.

[...] Quando lemos um livro, seja ele em hebraico, japonês ou inglês, movemos os olhos pela página; estamos no controle do movimento e fazemos o escaneamento. Mas quando estamos assistindo à televisão, o movimento é feito pelo tubo de raios catódicos que atiram borrifadas regulares de fótons entrelaçados. [...] O meio é a mensagem na televisão. (KERCKHOVE, 2003, p. 19)

É como se a televisão fizesse uma “leitura” de nós, nos formatasse em iguais. Kerckhove recorda McLuhan e cita que, para o autor, o escaneamento do espectador

[...] É um tipo de massagem, uma experiência tátil sutil que tem efeito calmante. O raio da tela da televisão acaricia os espectadores e, da mesma maneira, homogeneiza suas diferenças, socializando-as do mesmo modo

¹⁶ Ver RUSHKOFF, Douglas. *Playing the Future: How Kid's Culture Can Teach Us to Thrive in an Age of Chaos*. Nova Iorque: Harpercollins, 1996.

que nós chamamos de “cultura de massa”. (KERCKHOVE, 2003, p. 19)

Na quarta parte, Kerckhove diz que as mídias editam o usuário, determinando a razão estímulo-resposta; ou seja, a velocidade com que os indivíduos processam a informação e quanto dessa informação eles realmente concluem. As mídias determinam a duração da atenção e a televisão trabalha rápido demais para que um fechamento¹⁷ da informação aconteça, pois com ela, “o tempo que dura a atenção é reduzido à ação contínua do *scanner*.” (KERCKHOVE, 2003, p. 20)

A televisão pode criar uma mentalidade coletiva sem direito de respostas. Fato que não acontece com os computadores ou com a *web*, pois eles retomam a possibilidade do fechamento pelo indivíduo. “Com a Internet – ou com os *videogames* –, o fechamento é realizado a qualquer hora, quando interagimos com a informação na tela [...]. Isso nos proporciona um razoável grau de independência psicológica.” (KERCKHOVE, 2003, p. 21)

Na quinta parte, o autor diz que as mídias também determinam o viés sensorial do usuário. O viés visual dominante – no Ocidente, efeito de um letramento alfabético – passa a ser desafiado por um viés tátil em razão das novas técnicas eletroeletrônicas. “A eletricidade põe o mundo inteiro em constante contato consigo mesmo” (KERCKHOVE, 2003, p. 21) e inverteu muitos aspectos do letramento com os quais tivemos experiência. Através do *mouse*, do *joystick* ou de um dispositivo *touchscreen*, podemos “penetrar” a tela de maneira tátil, podemos colocar as mãos no mundo do pensamento e chegar à informação, literalmente, com as mãos.

Na sexta parte, propõe a relação mídias<>linguagem<>consciência e como as mídias editam nossa mente. Para Kerckhove,

O casamento de linguagem e da eletricidade no telégrafo, que levou a *World Wide Web*, é provavelmente uma das experiências mais míticas de nossa era contemporânea [...]. Hoje os filhos desse casamento, os filhos da linguagem e da eletricidade, estão nascendo todo dia. (KERCKHOVE, 2003, p. 23)

Sabemos que, através da difusão do mesmo conteúdo, a TV proporciona uma consciência coletiva, que pode nos educar completamente acerca do mundo da tela e que, com ela, não temos a possibilidade de resposta, não podemos enviar

¹⁷ Na Psicologia, fechamento (*closure*) é o ato de consciência que reconhece e registra uma informação como digna de nota e a conecta a um contexto prévio com algum tipo de interesse pessoal. (KERCKHOVE, 2003, p. 20)

nada de volta.

A diferença mais significativa dos computadores e da Internet é que podemos fazê-lo. Podemos enviar respostas, pois eles nos permitem as trocas. Ora, novos meios de comunicação não criam novos ambientes e não demandam novas habilidades? Para o autor, “o tipo de consciência que exercitamos com a Internet tem que ser diferente daquela que governa nossa mente a partir da tela da televisão.” (KERCKHOVE, 2003, p. 23)

Na sétima parte, o autor diz que “a realidade virtual põe nossa cabeça em um mundo de tempo e espaço combinados (tempo “real” e espaço “virtual”).” (KERCKHOVE, 2003, p. 24)

A Realidade Virtual insere o espectador na cena. O mundo da realidade virtual cria um lugar e um tempo imaginários, objetivos que quebram o processo de letramento incentivador do desenvolvimento de uma imaginação subjetiva.

Na última parte, Kerckhove cita a ideia de uma conexão-direta-mente-máquina e diz que as mídias determinam que tipo de associações mantemos com os conteúdos que elas produzem para nós. Se já estivermos acostumados a criar associações dentro de nossa cabeça, com os computadores e com a *web*, podemos cultivá-las fora e ter acesso a um volume satisfatório de outras associações. O que encontramos, na rede, não está em nossa cabeça, mas distribuído em telas. De acordo com o autor, “estamos mudando de uma cultura de sensibilidade de leitor, telespectador, espectador para uma cultura de usuário e interagente.” (KERCKHOVE, 2003, p. 26)

Assim, caminhamos para o inevitável desenvolvimento uma nova mente conectiva, de novas habilidades de resposta e de uma nova arquitetura de inteligência para o processo das informações, elementos necessários à nova era digital.

2.1 Novos meios, novos ambientes e novas habilidades

Entre o canal e a mensagem, o meio de comunicação era, de longe, a dimensão menos escolhida como objeto de estudo dos pesquisadores do saber comunicacional¹⁸, tendo sido, durante muito tempo, negligenciado e, muito

¹⁸ Expressão que se refere às correntes de pesquisa em Comunicação. O saber comunicacional

provavelmente, mal compreendido por eles. Ainda hoje, podemos perceber que os estudos sobre os efeitos sociais, psicológicos, econômicos e culturais das mensagens têm tido preferência sobre os estudos dos canais em si. Se considerarmos que um meio de comunicação, sem estar veiculando uma mensagem, é invisível aos indivíduos, essa preferência pode estar na “materialidade” da mensagem, ou seja, sua “visibilidade”.

Dessa maneira, pode-se dizer que existem muito mais pesquisadores preocupados com a suposta influência da violência dos desenhos animados, dos *games*, dos filmes, das séries e outros produtos, nas crianças e adolescentes, do que com os efeitos sociais e psicológicos da TV, do cinema ou do computador nas gerações recentes.

O “conteúdo” é como uma “bola” de carne que o assaltante leva consigo para distrair o cão de guarda da mente. O efeito de um meio se torna mais forte e mais intenso justamente porque seu “conteúdo” é outro meio. (MCLUHAN, 1964, p. 33)

Esse outro meio, apontado por Marshall McLuhan, diz respeito ao novo ambiente social construído, reconstruído ou formatado a partir da inserção de um novo meio de comunicação, o meio eletrônico-digital.

Nessa parte de nosso trabalho, o que se pretende é apresentar como os meios de comunicação podem influenciar o comportamento humano tanto macro, quanto microscopicamente – tanto nas relações humanas que regem as sociedades, quanto nas maneiras como os indivíduos percebem e lidam com o mundo – com o foco voltado para os *videogames*. Pretende-se apresentar, além disso, visões atualizadas acerca desses fenômenos, ou seja, não somente como os meios nos influenciam, mas também, como essas relações – meio/indivíduo – vêm se alterando e se renovando em função das evoluções tecnológicas no contexto da comunicação.

Para tanto, buscamos, como base teórica, a Escola de Toronto e seus principais autores – Harold Innis, Eric Havelock, Marshall McLuhan e Joshua Meyrowitz –, cujas preocupações pairam justamente sobre as mudanças causadas

ganhou representatividade a partir da década de 40, quando o trabalho de pesquisa na área se tornou mais intenso. A preocupação fundamental desse saber se reparte, tradicionalmente, entre o exame do processo comunicacional mediado pelos meios de comunicação e a análise da cultura de massa. (WOLF, 1995, p. 13)

pelos meios de comunicação nos indivíduos – aquelas que já ocorreram, as que estão ocorrendo e as que deverão ocorrer.

2.2 A Escola de Toronto e os teóricos do meio

De acordo com Vinícius Pereira, “Harold Innis, dentro desta escola, foi o primeiro a observar como as tecnologias de comunicação parecem possuir tendências que acabam por emprestar certas características a determinadas culturas.” (PEREIRA, 2004, p. 133). Em *The bias of communication* (1999), Innis faz um detalhado estudo da evolução dos meios de comunicação – da fala, passando pela pedra, argila, papiro, pergaminho, códice, papel, entre outras, até o advento do rádio – e analisa, paralelamente, a evolução dos alfabetos e línguas.

Na obra de Innis, fica sugerido que os grandes acontecimentos da História humana – como quedas, adventos e expansões de impérios – estão intimamente ligados às mudanças ocorridas nas tecnologias da comunicação. Assim, sua tese é a de que os meios de comunicação têm, em si, força capaz de extinguir, desfigurar, reorganizar e moldar sociedades como um todo. O autor dá o seguinte exemplo da relação entre comunicação e sociedade:

A riqueza da tradição oral servia para uma civilização flexível, porém, não a uma civilização que poderia ser disciplinada ao ponto de uma unidade política efetiva. A cidade-estado mostrou-se inadequada ao campo dos negócios internacionais. (INNIS, 1999, p. 10)

Ou seja, na intenção de se disciplinar a sociedade, fazia-se necessária a implantação da escrita. Mas, como demonstra Pereira, Innis vai além do estabelecimento desse tipo de relação e classifica as tendências das tecnologias comunicacionais em dois grupos: as tecnologias com tendências temporais e as tecnologias com tendências espaciais.

As primeiras seriam aquelas que irão se formar a partir de suportes materiais rígidos, pesados e duráveis, tais como a pedra, a madeira e a argila. Tais suportes, se por um lado permitem a inscrição de mensagens que poderão durar ao longo do tempo, por outro, inibem o deslocamento espacial, favorecendo a aparecimento de sociedades seculares, rigidamente hierarquizadas. O segundo modelo de tecnologia comunicacional, aquelas que apresentam tendências espaciais, seriam constituídas a partir de suportes materiais maleáveis, leves e perecíveis, tais como peles de animais, papiro e papel. Tais suportes, ao contrário dos primeiros, se prestariam aos grandes deslocamentos de espaço, apesar de se prestarem

com menos eficiência para atravessar o tempo. Eles teriam sido determinantes na estruturação dos antigos impérios que se espalhavam por enormes contingentes territoriais. (PEREIRA, 2004, p. 133)

No ponto de vista de Eric Havelock, podemos perceber uma mudança de foco. Em *Preface to Plato* (1963), o autor analisa, referenciado em *A República* de Platão, os efeitos dos meios de comunicação sobre a subjetividade humana. Segundo Pereira,

Havelock irá apontar a escrita como a tecnologia que teria conseguido iniciar um corte dentro da tradição oral poética homérica, na qual os membros daquela mesma sociedade eram arrastados no turbilhão rítmico e melódico da mágica récita das epopéias de seus heróis. (PEREIRA, 2004, p. 134)

Havelock faz uma ilustração da “hipnose” aglutinada à tradição oral com o mito de Aquiles. Para ele, se analisarmos os feitos do lendário guerreiro grego, seremos, decerto, levados a considerá-lo um grande homem. Porém, o autor afirma que

[...] Eis um homem que não percebeu, e que não tem como perceber, que ele tem uma personalidade separada de seus atos. Seus atos são respostas à sua situação, e são governados por exemplos de atos prévios de guerreiros anteriores. (HAVELOCK, 1963, p. 199)

Nas sociedades orais, boa parte dos recursos mentais é colocada em uso em rituais mnêmicos, cuja finalidade está na transmissão da cultura do grupo às novas gerações. O cérebro, ocupado com a reprodução da cultura, é incapaz de refletir sobre ela. Por outro lado, a escrita permite que a cultura seja gravada, seja disponível. Assim, os indivíduos têm a possibilidade de fazer uso de seus recursos cerebrais para pensar a cultura e pensar além do que já foi pensado. Com a escrita ocorre o que Havelock chama de separação entre o sujeito conhecedor e o objeto conhecido. Desse contexto, derivam os conceitos de indivíduo e psique.

O trabalho de Platão se baseia na noção da importância da escrita e, dessa forma, justifica-se o ataque do filósofo à tradição oral e, conseqüentemente, aos poetas. O grego considerava que a poesia era nociva ao aprendizado, enfatizando o perigo de que pessoas capazes tão-somente da imitação fossem criadas.

Dando continuidade aos trabalhos de Innis e Havelock, Marshall McLuhan radicaliza a ideia de que as tecnologias de comunicação afetam as subjetividades e

as culturas, cunhando a máxima: o meio é a mensagem.

De acordo com McLuhan,

[...] O “conteúdo” de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo. O conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa e a palavra impressa é o conteúdo do telégrafo. (MCLUHAN, 1964, p. 22)

Ao longo de sua obra, McLuhan defende que o verdadeiro poder da comunicação reside no próprio meio e não no “conteúdo”¹⁹. Isto, afirma o autor, bem o sabem os donos dos jornais, das emissoras de TV etc., que percebem a relevância do que é veiculado. Conforme dissemos, anteriormente, para McLuhan, o “conteúdo” não passa de uma distração para a mente. “O efeito de um meio se torna mais forte e intenso justamente porque o seu “conteúdo” é um outro meio”. (MCLUHAN, 1964, p. 33)

O autor parte para uma classificação dos meios, dividindo-os entre meios frios e meios quentes.

Um meio quente é aquele que prolonga um único de nossos sentidos e em “alta definição”. Alta definição se refere a um estado de alta saturação de dados [...]. A fala é um meio frio de baixa definição, porque muito pouco é fornecido e muita coisa deve ser preenchida pelo ouvinte. De outro lado, os meios quentes não deixam muita coisa a ser preenchida ou completada pela audiência. Segue-se naturalmente que um meio quente, como o rádio, e um meio frio, como o telefone, têm efeitos bem diferentes sobre seus usuários (MCLUHAN, 1964, p. 38).

Independente do fato de que sua terminologia possa parecer obsoleta por considerar parcialmente os meios, o raciocínio de McLuhan ainda nos será útil mais adiante. No momento, nos apoiaremos sobre a noção de que os efeitos dos meios variam de acordo com a interatividade relativa que pode ser proporcionada ao indivíduo.

Um dos principais argumentos sobre os quais McLuhan apoia a tese da afetação que os meios causam na subjetividade e nas culturas é o fato de que os meios são como extensões de nossos corpos. Uma vez absorvidos, eles passam a ser quase tão indispensáveis quanto nossos sentidos. Com base nisso, podemos pensar no surgimento da necessidade incessante que sentimos de deixar a televisão, o rádio, o computador ou o telefone celular constantemente ligados.

¹⁹ McLuhan faz uso da palavra entre aspas, afirmando seu menosprezo pelo conceito.

A pressão para o uso contínuo, independente do “conteúdo” dos programas ou do sentido de vida particular de cada um, [testemunha] o fato de que a tecnologia é parte do nosso corpo. A tecnologia elétrica se relaciona diretamente com nosso sistema nervoso central, de modo que é ridículo falar do “que o público quer”, brincando com seus próprios nervos. Seria o mesmo que perguntar ao público que espécie de luz e som prefere no ambiente urbano que o envolve! (MCLUHAN, 1964, p. 88).

Assim, entende-se que a mensagem, por trás da ideia de que “o meio é a mensagem”, é a exploração do que um meio pode propor ao sistema corpo/mente do indivíduo, que usa esse meio em termos de transformações de comportamentos e de percepções, para além das mensagens simbólicas que os conteúdos veiculados por este mesmo meio possibilitariam e além, ainda, da manifestação mais aparente da função de um meio (exibir filmes, por exemplo, no caso do cinema e da TV).

O sentido de meio deve ser pensado como o conjunto de expressões sinestésicas, estéticas, cognitivas e comportamentais que uma linguagem midiática pode gerar, ao ser apropriada por um indivíduo. Nesse sentido, um *videogame*, por exemplo, será abordado como um meio específico, não exclusivamente em relação às diferentes funções que possa desempenhar, mas pelo conjunto de aspectos materiais que apresente, capazes de possibilitar o aparecimento de competências táteis, como a habilidade de operar a interface apresentada na tela com os dedos das mãos ou a habilidade auditiva, em reconhecer sons específicos que irão caracterizar mensagens igualmente específicas em meio à sonoridade do ambiente em que o *videogame* estiver, ou ainda, a sensibilidade tátil capaz de perceber a vibração do *joystick* em contato com o corpo, quando a opção estiver ativada.

2.3 A Teoria do Meio

Innis, Havelock, McLuhan e outros fazem parte da primeira geração de teóricos do meio. Eles detiveram a atenção voltada aos efeitos dos meios de comunicação nas grandes instituições sociais – análises macrossociais. É importante ressaltarmos que nenhum desses autores, em nenhum momento, considerou-se membro de qualquer corrente de pesquisa. A designação “Teoria do Meio” foi empregada por Joshua Meyrowitz, na década de 80, para distinguir os autores que partilhavam pensamentos comuns em relação aos efeitos dos meios de

comunicação. Trata-se de um rótulo empregado para designar determinados pensadores que, rigorosamente, formaram uma tradição de pesquisa e não uma teoria em si. Não podemos considerar tal corrente de pesquisa como uma teoria em razão de suas lacunas metodológicas e epistemológicas. Porém, fazemos uso da designação dada por Meyrowitz para não deixar de reconhecer a similaridade e a continuidade existentes entre as pesquisas desses autores e, também, para não desconsiderar o esforço do autor na busca dos principais pesquisadores e pressupostos teóricos que formam a “Teoria do Meio”.

A segunda geração – representada por Meyrowitz – preocupa-se em aproximar a Teoria do Meio do cotidiano do indivíduo. Para ele, essa geração desce do alto nível da abstração das análises macrossociais para se preocupar com a influência dos meios de comunicação na rotina dos indivíduos.

De maneira geral, a Teoria do Meio não desconsidera a importância do conteúdo da mensagem, mas concentra sua atenção sobre o canal, pois ele pode trazer consequências muito mais significantes. Sua preocupação está nas características específicas de cada meio de comunicação e, segundo o autor,

A Teoria do Meio examina cada variável como sentidos que são requeridos para tratar o meio, se a comunicação é bi-direcional ou unidirecional, quão rápido as mensagens são disseminadas, se o aprendizado de como codificar ou decodificar num meio é difícil ou simples, quantas pessoas podem assistir a mesma mensagem no mesmo momento, e assim, em diante. Os teóricos do meio discutem que cada variável influenciou o uso dos meios e seu impacto social, político e psicológico. (MEYROWITZ, 1985, p. 51)

Os pesquisadores do meio se perguntam quais são as características de cada meio de comunicação e como elas constroem o meio fisicamente, psicologicamente e socialmente diferente de outros meios e da interação face a face. Para McLuhan (1964), os efeitos da tecnologia vão além dos níveis de opinião e atitudes para modificar as relações entre os sentidos e as estruturas das percepções. Para os teóricos do meio, esse é o motivo pelo qual o estudo do meio é tão importante. De certa forma, podemos dizer que o meio é o mediador das relações entre os homens e entre o homem e o meio ambiente sem ser percebido, transformando toda a predisposição inicial de se comunicar e perceber o “texto mundo”. Os meios de comunicação transformam, diretamente, nossa percepção do mundo, nossas estruturas políticas e sociais.

No contexto evolutivo, é patente que a escrita representou uma revolução sem precedentes na vida das sociedades orais, fazendo surgir a possibilidade da uniformização dos sons das palavras e da conservação/resgate de seu conhecimento. A imprensa, por sua vez, possibilitou a ampliação do acesso ao fluxo de informação e o telefone, por exemplo, simplificou/agilizou a relação entre indivíduos geograficamente distantes. O volume de informação e conhecimento multiplicou-se, houve uma otimização nas formas de acesso ao conhecimento e o tempo para esse acesso foi acelerado.

Tal transformação, sem dúvidas, implicou em uma nova forma de organização para a produção, disseminação e controle do conhecimento. Os sentidos se modificam com a aceleração, pois os padrões de interdependência pessoal e política se alteram com a aceleração da informação. As técnicas mudam a vida do homem, interferindo na forma como ele age no mundo.

A proposta da Teoria do Meio é trazer à tona reflexões acerca dessas influências, especialmente das tecnologias comunicacionais, já que essas tecnologias interferem de maneira bastante direta na forma de como vemos e percebemos o mundo. Nesse sentido, é preciso reafirmar que os meios de comunicação assumem tal importância, no cotidiano do homem, que o próprio ambiente passa a criar situações que exijam a utilização constante desses meios.

Os meios não são meros “transportadores” de informações. Ao mesmo tempo em que divulgam as informações, os meios atuam, diretamente, sobre o conhecimento humano e, assim, a forma de transmissão de um meio tem implicações diretas na forma como determinada sociedade vê o mundo.

Se a escrita trouxe consigo o mundo visual, o rádio o mundo auditivo e a elétrica o mundo tátil, não é difícil pensar que os diversos meios têm suas características próprias para divulgação de informações. Informações que, para serem captadas, demandam que providenciemos esforços diferentes, um esforço especial de um ou mais órgãos dos sentidos.

A fim de aprender a viver melhor com os meios e, até mesmo poder prever alguns de seus possíveis efeitos, é necessário deter o conhecimento dos efeitos dos meios de comunicação. Isso nos permite um melhor conhecimento de nosso período sócio-histórico-cultural. Para McLuhan, “toda compreensão das mudanças sociais e culturais é impossível sem o conhecimento do modo de atuar dos meios com o meio ambiente.” (MCLUHAN, 1969, p. 54)

Os efeitos das tecnologias comunicacionais são inevitáveis. Por exemplo, em uma cultura inserida em um contexto que suporta determinados meios de comunicação, um indivíduo privado dos conhecimentos sobre esses meios, provavelmente, não se adaptará facilmente a essa cultura, pois sua forma de raciocínio se difere da outra. Seria o mesmo que pedir a alguém, fortemente inserido em uma sociedade exclusivamente oral, para viver em uma sociedade como a nossa. Esse indivíduo, de forma geral, privado de nossa estrutura de pensamento e de nossa formatação de percepção, dificilmente poderá ver e interagir com o mundo de forma semelhante a nossa e vice-versa. Nesse sentido, criam-se os abismos culturais divisores de sociedades e gerações.

2.4 Joshua Meyrowitz e a segunda geração da Teoria do Meio

A maior contribuição que Joshua Meyrowitz traz para a Teoria do Meio é a convergência dos estudos do meio ao “Interacionismo Simbólico”. O autor propõe a diminuição do nível da abstração colocado pelos autores da primeira geração.

Conforme já foi dito, anteriormente em nosso trabalho, as proposições de Innis, Havelock e McLuhan estão centradas no nível macro – nível das instituições. Eles trabalharam a influência dos meios de comunicação nas instituições sociais e, por essa razão, colocaram suas afirmações de forma geral e distanciada do cotidiano dos indivíduos comuns. Essa abrangência foi, muito provavelmente, um dos obstáculos enfrentados pelos autores, uma vez que suas asserções não podiam ser facilmente percebidas pelos cidadãos comuns. McLuhan, por exemplo, foi alvo de muitas críticas por predizer o fracasso do sistema tradicional de ensino. Isso, de fato, não condizia com as expectativas da maioria das pessoas na década de 60. Muito pelo contrário, tal posicionamento só aumentava o coro dos críticos à Teoria do Meio.

Pesquisando como nossos papéis sociais se modificam e se misturam, através da influência dos meios de comunicação, em especial, da televisão, o que Meyrowitz propõe é que alguns dos problemas da primeira geração sejam sanados.

A segunda geração da Teoria do Meio se preocupa em pesquisar como os meios de comunicação eletrônicos modificam a interação mútua dos indivíduos. Meyrowitz procura explicar os efeitos dos meios eletrônicos na mudança da relação entre localização física e acessibilidade social, na mistura das diversas situações

sociais e no abalo das fronteiras entre o público e o privado.

Para o autor, não é difícil perceber as mudanças que os meios eletrônicos provocam em nosso sentido de espaço. Eles diminuem, de forma drástica, a importância da presença física em diversos ambientes. Podemos nos comunicar com pessoas geograficamente distantes sem sequer deixar de estar em nosso lugar. Com o telefone, por exemplo, temos modificado nosso sentido de encontro. Estar conectado às pessoas não é, necessariamente, estar no mesmo ambiente físico que elas. Assim, de acordo com Meyrowitz, perdemos nosso sentido de “lugar” e ganhamos novas noções de comportamento social e identidade.

A teoria desenvolvida por Meyrowitz (1985) estende o estudo das situações estáticas para as situações dinâmicas, bem como estende a análise das situações fisicamente definidas para a análise dos ambientes sociais criados pelos meios de comunicação. Se o telefone muda nosso sentido de lugar, mudam igualmente nossas situações sociais, pois novas formas de vivenciá-las são possibilitadas. Os meios de comunicação eletrônicos promovem novas formas de acesso à informação, que desencadeiam novas paisagens sociais com novas limitações na fronteira entre o público e o privado.

Para nos fornecer uma explicação sobre como os meios de comunicação eletrônicos modificam as diversas situações sociais, influenciando diretamente nossos comportamentos sociais, Meyrowitz (1985) expõe três categorias sociais para desenvolver suas preposições: grupos de identidade, socialização e hierarquia. A escolha de referidas categorias se deu em razão delas estarem presentes na vida diária de qualquer indivíduo e não serem exclusivas entre si, mas ao contrário, categorias que são vividas de forma concomitante. Determinado indivíduo pode concentrar, em si, diferentes papéis sociais: o pai, o aluno, o profissional, o *gamer* etc.

Os grupos de identidade são compostos pelo que o autor chama de “separados, mas iguais”, como homens e mulheres. As socializações são as etapas pelas quais passamos quando, para atingirmos um determinado objetivo, necessitamos de um fluxo gradual e controlado de informações. Algo como passar da infância à fase adulta de nossa vida. A hierarquia concerne aos “separados e desiguais”, às pessoas que têm níveis diferenciados de informação, como políticos e eleitores.

Essas três categorias de papéis não foram escolhidas porque são mutuamente exclusivas, mas porque em combinação elas são socialmente inclusivas; isto é, tomadas juntas, elas cobrem virtualmente toda a fachada de cada papel social. Realinhamentos nos grupos de identidade, estágios de socialização e ordem de hierarquia mudariam toda a estrutura da vida social. (MEYROWITZ, 1985, p. 53)

O autor se apropria dessas três categorias para detalhar a influência dos meios de comunicação sobre elas e, com isso, dada a abrangência desses papéis, mostrar o comportamento social e as situações sociais de toda a sociedade.

Nos grupos de identidade, as pessoas estão unidas pelo que elas sabem umas das outras, mas guardam “escondidos” dos outros. De outra maneira, reconhecemo-nos como parte integrante de um grupo quanto mais participarmos de seu comportamento privado. Isso não tem nenhuma relação com a localização geográfica. Por exemplo, se dois brasileiros, que nunca se viram antes, um morador da região Sudeste e outro da região Norte, de nosso país, encontram-se em Sydney, na Austrália, por exemplo, sentirão que compartilham inúmeras informações que fazem deles um grupo separado ao dos australianos.

O que Meyrowitz defende é que os grupos de identidade variam de acordo com o sentido de “nós” e “eles” em relação ao pertencimento e isso depende diretamente do fluxo de informações a que os indivíduos têm acesso. Os membros de um grupo se reconhecem de acordo com informações e experiências semelhantes. De maneira geral, o autor acredita que a *overdose* de informações proporcionada pela televisão tem impacto direto nos grupos de identidade. Uma vez que os grupos detêm informações uns sobre os outros, as barreiras tradicionais existentes entre eles se enfraquecem, ou seja, o sentido de “nós” ou “eles”, dentro dos grupos, é abalado.

As etapas de socialização acontecem, quando os indivíduos recebem informações graduais e sequenciadas para se tornarem parte de um grupo. Tais etapas são socialmente convencionadas e sofrem interferência direta dos meios de comunicação, pois possibilitam o acesso à informação. Quanto mais o meio agrupar as pessoas – seja por idade ou por nível de conhecimento – mais ele irá criar etapas de socialização. Por outro lado, se o meio exercer menor controle sobre o acesso à informação, teremos uma quantidade menor de estágios de socialização. Nesse sentido, pensemos em um *designer* de *games*. Quanto mais ele conhecer – e participar – sobre o comportamento privado da classe de *designers* de *games*, mais

rápido ele se comportará como um *designer*. O meio pode acelerar ou retardar o processo de socialização de acordo com a liberação de informações sobre os comportamentos privados.

Quanto mais um meio dá suporte à relação entre isolamento físico e isolamento informacional, mais ele dá suporte à separação das pessoas dentro de muitas e distintas posições de socialização. Quanto mais um meio permite o acesso das pessoas à informação, sem que eles deixem seus velhos espaços e sem romper com suas velhas afiliações, mais ele fomenta a homogeneização dos estágios de socialização. (MEYROWITZ, 1985, p. 61)

De acordo com Meyrowitz, a facilidade com que os meios de comunicação eletrônicos disponibilizam o acesso à informação, simultaneamente, em diferentes regiões, faz com que saibamos cada vez mais sobre as etapas de socialização dentro dos grupos. Isso quer dizer que, quanto mais sabemos sobre as etapas de socialização de determinado grupo, mais nos consideramos como iguais.

Finalmente, os papéis hierárquicos dependem de quem tem e de quem não tem acesso à informação. Quanto maior o controle sobre esse acesso, maior será a distinção entre os indivíduos. A autoridade se fortalece ou se enfraquece em função do acesso aos sistemas de informação. O meio de comunicação pode interferir diretamente nos papéis de hierarquia, pois os papéis dependem da omissão do comportamento privado, a para que suas auras de mistério e magia permaneçam conservadas. Quanto mais o meio permitir acesso aos comportamentos privados, mais tende a tornar os indivíduos ou grupos em iguais. Conhecer os outros papéis em que os políticos atuam, quando não estão em frente ao público ou, quando estão a discursar para diferentes audiências, por exemplo, pode desmitificar a aura – construída por nós através dos meios – em torno de sua imagem e revelar sua “humanidade”.

Se, outrora, a autoridade estava ligada ao controle territorial, hoje, com os meios de comunicação eletrônicos, podemos perceber que ela está intimamente ligada ao controle do fluxo de informação. Quanto mais o meio de comunicação mantiver a relação de isolamento físico e inacessibilidade social, mais ele dará suporte às mitificações hierárquicas. Reciprocamente, quanto mais o meio romper com a localização física, como no caso da Internet, mais ele fomentará a possibilidade de acesso à informação.

As categorias sociais, acima descritas, são as formas pelas quais Meyrowitz

desenvolve suas pesquisas sobre a influência dos meios de comunicação eletrônicos na interação mútua dos indivíduos. Obviamente, o autor desenvolve muito mais sua argumentação em *No sense of place – the impact of eletronic media on social behavior* (1985). Mesmo assim, apesar de encontrarmos superestimações em relação ao meio de comunicação, não só em sua obra, mas em outros teóricos do meio, sobretudo no que condiz à televisão, e detectarmos uma leitura, às vezes, mecânica, não há dúvidas de que é preciso reconhecer que a escolha de um único aspecto como base de análise da realidade social sempre será limitado. Entretanto, pode ser a única forma em que a variável desejada seja estudada. Do contrário, ela recairia sobre todas as ciências humanas.

2.5 JVG, NJVG e a reformatação pelo meio

O trabalho de Green e Bavalier, intitulado *Action videogames modifies visual selective attention* (2003), apesar de estar concentrado na área da neurociência, tem como objeto central um meio de comunicação contemporâneo: o *videogame*. Para justificar esse título, os autores submeteram um grupo de indivíduos – chamado de jogadores de *videogame*, ou JVG – a seis meses de treinamento em *videogames* de ação e outro grupo – chamado de não-jogadores de *videogame*, ou NJVG – a um contato limitado ou nulo com *videogames*. Após esse período, os indivíduos tiveram que passar por cinco tarefas que concerniam suas habilidades visuais, nas quais foram detectadas diferenças claras entre os resultados de ambos os grupos. Os autores afirmam que

Quatro experimentos estabelecem mudanças em aspectos diferentes da atenção visual em jogadores assíduos de *videogame*, quando comparados a não-jogadores. Num quinto experimento, não-jogadores treinados em um *videogame* de ação mostram notáveis melhoras em relação às suas habilidades pré-treinamento, o que estabelece o papel do jogo nesse efeito. (GREEN e BAVALIER, 2003, p. 534)

Para tanto, Green e Bavalier utilizam um paradigma experimental, padrão em estudos de atenção, para determinar se o ato de jogar *videogame* pode produzir um aumento na capacidade de atenção: o efeito da compatibilidade lateral. Eles esclarecem que essa tarefa

Mede o efeito de um distrativo a ser ignorado numa tarefa-alvo [...]. Portanto, oferece uma oportunidade para testar a hipótese de que jogar *videogame* aumenta a capacidade do sistema de atenção visual. Se os jogadores de *videogame* (JVG) têm de fato uma maior capacidade de atenção, eles devem exaurir seus recursos de atenção visual mais lentamente do que os não-jogadores de *videogame* (NJVG) à medida que a tarefa-alvo torna-se mais difícil. (GREEN e BAVALIER, 2003, p. 534)

Cada um dos testes realizados tem o propósito de elucidar questões não respondidas anteriormente e, em um trabalho metódico, os cientistas constataram um aumento na capacidade dos indivíduos, por meio de uma tarefa de enumeração de formas representadas em uma tela. Segundo eles,

O desempenho normal dos indivíduos avaliados parece ser mais bem explicado por dois aspectos distintos: uma operação “automática” para pequenos números de alvos, na qual o desempenho é rápido, preciso e independente do número de *subitizing*²⁰; e um processo de contagem mais lento, serial, no caso de números maiores de itens [...]. Esses dois experimentos indicam que a prática do *videogame* incrementa a capacidade de atenção em uma área inscrita na zona de “treinamento” [...], ou seja, de prática de *videogames*; contudo, não ficou claro se o ato de jogar *videogame* também facilita o processamento fora da extensão do treinamento. (GREEN e BAVALIER, 2003, p. 534)

Pelo fato da não-obtenção de respostas precisas quanto à migração do aumento da capacidade dos indivíduos para ambientes de *extratreinamento*, surge à necessidade de outros experimentos. Assim, os cientistas executaram a tarefa do “campo de visão útil” – medidora da habilidade de localização de um alvo em meio a distrações – para fornecer uma medição dos recursos de atenção e de sua distribuição espacial. Eles perceberam que os JVG superaram, com folga, os NJVG em todos os níveis. Tais resultados indicam que os JVG fazem melhor uso da atenção espacial sobre o campo visual, mesmo em ambientes onde não houve nenhum tipo de treinamento. Nesse sentido, podemos perceber que, nos três experimentos acima descritos, o ato de jogar *videogame* aprimora a capacidade de atenção visual e sua distribuição espacial.

A seguir, no quarto experimento da série, os cientistas analisaram as características temporais da atenção visual e se a pressão para agir, rapidamente, sobre vários itens visuais – fator comum à maioria dos *games* de ação – pode

²⁰ *Subitizing* é um processo de discriminação visual em que é possível detectar até três objetos com uma rapidez de milésimos de segundos, a qual não requer uma contagem consciente. Ver CHI, M. T.; KLAHR, D. Span and rate of apprehension in children and adults. *Journal of Experimental Child Psychology*, n. 19, p. 434-439, 1975.

alterar a habilidade de processar esses itens, no decorrer do tempo, principalmente a habilidade em evitar os “gargalos” de atenção que ocorrem, com frequência, em processamentos temporais.

O paradigma experimental que usamos para testar os aspectos temporais da atenção visual é a tarefa do lapso de atenção [...]. O lapso de atenção se refere aos fenômenos em que as pessoas testadas têm dificuldades em identificar um segundo alvo quando este aparece algumas centenas de milissegundos após o estabelecimento do primeiro alvo. Em nosso caso, utilizamos uma variante do lapso de atenção, na qual os participantes deviam identificar um primeiro alvo e, então, detectar um segundo alvo [...]. A descoberta de uma diferença entre as populações já no intervalo 1 indica que o treinamento com *videogames* aumenta as habilidades de alternância de tarefas, além de diminuir o lapso de atenção. (GREEN e BAVALIER, 2003, p. 534-535)

Após quatro testes terem sido realizados, uma preocupação ainda restava: a identificação da fonte de diferenças entre os JVG e os NJVG. Os cientistas reconhecem que os JVG possuem habilidades de atenção inerentemente melhores, se comparados aos NJVG, pois os primeiros, com maior habilidade, saíam-se bem em *videogames* e os jogavam com maior frequência, enquanto que os segundos, com habilidades limitadas, evitavam jogar *videogame*. Outra questão importante é que os JVG, detentores de uma coordenação visual-motora relativamente superior, cumpriram com melhor êxito o aspecto motor das tarefas propostas e, nesse sentido, tiveram uma quantidade maior de recursos para dedicar à parte visual das tarefas.

Para esclarecer, em definitivo, essas questões, os cientistas fizeram um grupo de NJVG passar por um treinamento, no qual deveriam jogar *Medal of Honor*²¹, por uma hora, durante dez dias consecutivos. Outro grupo-controle foi treinado, durante o mesmo período, no *game Tetris*. Green e Bavalier explicam que o *game Tetris* possui um componente visual-motor desafiador; mas, ao contrário de *games* de ação, que demandam a distribuição e/ou deslocamento da atenção através do ambiente da tela, *Tetris* exige o foco em um objeto de cada vez. Por esse motivo, *Tetris* não deveria alterar os aspectos de atenção, porém, fornecer um controle que monitorasse a melhora devida ao aprimoramento da habilidade visual-manual e seu progresso em testes sequenciais. Os cientistas pontuam que

²¹ Acessar: <http://www.medalofhonor.com>

Antes e depois do treinamento, testamos cada grupo nos experimentos de enumeração, campo de visão útil e lapso de atenção. O treinamento foi bem sucedido no sentido de que todos os participantes melhoraram suas pontuações nos *videogames* em que foram treinados. Notavelmente, o treinamento com *videogame* de ação levou a uma melhora de desempenho maior do que o fez o jogo-controle em todas as tarefas experimentais. A enumeração aumentou em 1,7 itens em indivíduos treinados com jogos de ação, enquanto o grupo-controle não mostrou melhora alguma [...]. O treinamento em *videogames* de ação incrementou o campo visual útil e levou a uma rápida recuperação em relação ao lapso de atenção [...]. Assim, um treinamento de 10 dias num jogo de ação é suficiente para aumentar a capacidade de atenção visual, sua distribuição espacial e sua resolução temporal. (GREEN e BAVALIER, 2003, p. 536)

Assim, após dez dias de experimentações com os grupos e, com base nos resultados obtidos, os cientistas americanos puderam, finalmente, concluir, com segurança, que

Forçando os jogadores a lidar simultaneamente com tarefas variadas (detectar novos inimigos, perseguir inimigos existentes e evitar ferir-se, entre outras), o jogar *videogame* pressiona os limites de três aspectos bastante diferentes da atenção visual. Isto leva a efeitos detectáveis em novas tarefas e em locais onde não houve treino prévio depois de apenas 10 dias de treinamento. Portanto, apesar de a prática de *videogames* parecer um pouco estúpida, ela é capaz de alterar radicalmente o processamento de atenção visual. (GREEN e BAVALIER, 2003, p. 536)

Para finalizar, o que os cientistas evidenciam, com seu trabalho, que o *videogame* de ação contribui para a aquisição de habilidades visuais. Essa aquisição de habilidades seria um aprendizado específico, que diz respeito aos recursos de atenção. No entanto, é bom que fique patente que o cérebro humano não é um recipiente, onde se possa depositar quilos de conhecimento. Isso porque a aprendizagem implica uma operação cognitiva, na qual aquele que aprende tem um papel tão ativo quanto aquele que ensina.

Se analisarmos o conteúdo apresentado, no trabalho de Green e Bavalier, à luz da Escola de Toronto, podemos, nesse momento, considerar que o *videogame* de ação pode atuar como um “professor” de habilidades de atenção. Nesse contexto, podemos dizer que tal afirmação afina-se com a tese canadense, que pontua que os meios de comunicação afetam direta e drasticamente nossos cérebros.

O *videogame* possibilita, através de suas narrativas, de suas personagens e periféricos, a participação ativa do *gamer* em seus produtos. Ao contrário de meios como o cinema e o rádio, nos quais o “conteúdo” não precisa da audiência para se

desenvolver, o *videogame* caracteriza um produto que dá ao *gamer* um papel fundamental, de alta interatividade.

Portanto, torna-se claro que a Escola de Toronto representa grande suporte ao trabalho de Green e Bavalier – praticamente uma decorrência necessária da noção de que os meios de comunicação influenciam nossas subjetividades.

3 A NATUREZA E O SIGNIFICADO DO JOGO

Desde as sociedades primordiais, o jogo pode ser visto como uma troca dentro de regras, uma relação bem definida. Formas diferenciadas de jogo acompanham o homem e a humanidade ao longo de seu desenvolvimento. O jogo, para Lotman (1978), nunca se opõe ao conhecimento e pode ser caracterizado como um dos meios mais importantes para aquisição de variadas situações de aprendizagem dos tipos de comportamento.

Todas as civilizações se preocuparam – e se preocupam – com os jogos, sejam eles de caráter esportivo ou rituais de caráter religioso, por exemplo. Na Grécia Antiga – e no contexto das leis estéticas da época – o jogo foi um modo de expressão, uma demonstração da busca da força e da perfeição de um povo.

Como modo de aprendizagem dos diferentes tipos de conduta, ele pode representar um sistema de modelos de situações inesperadas e novas. Nesse sentido, podemos pensar o jogo como um sistema modelizante, pois uma situação real é substituída por uma situação lúdica, fazendo com que o jogador perceba a possibilidade de suspender uma ação.

Mesmo que pouco se saiba sobre a história dos jogos, é bastante provável que todos os povos os pratiquem de alguma maneira e acredita-se que suas origens remontam às cerimônias e rituais religiosos, costumes antigos e ritos ligados ao passado da humanidade.

Entre as causas de sua existência incluem-se o espírito lúdico e a necessidade humana de comunicação, da qual as brincadeiras infantis são a primeira manifestação. Todos os tipos de jogos desempenham importante papel no desenvolvimento físico e espiritual do indivíduo e dão a ele a possibilidade da vitória e do poder. Como ferramenta auxiliadora do processo do desenvolvimento infantil, capacita a criança para enfrentar situações adversas e estrutura as atividades emocionais para a vida adulta.

Os jogos podem ser classificados em dois grandes grupos: os sedentários, predominantemente mentais e os de movimento, que envolvem esforço físico. Sabemos que os esportes se incluem na segunda categoria e, em geral, fazem surgir grandes manifestações públicas, o que se reflete na realização de campeonatos municipais, regionais, nacionais, internacionais e globais. Nesse contexto, podemos citar como a mais importante competição desse grupo que,

ainda se mantém, os chamados Jogos Olímpicos, originários da Grécia Antiga.

Todos os processos culturais mostram a presença ativa do fator lúdico como criador de muitas formas fundamentais da vida social. O espírito de competição lúdica, enquanto impulso social é, muito provavelmente, mais antigo do que a cultura e a própria vida social está penetrada por ele. Assim, podemos dizer que a fase primordial da cultura é o jogo, como os jogos de guerra e os jogos e convenções da vida aristocrática. Isso não quer dizer que a cultura nasce dele, mas ela surge dele e, enquanto jogo, nunca mais deixa a cultura.

A psicologia e a fisiologia procuram descrever e explicar o jogo dos animais, das crianças e dos adultos. A brincadeira do jogo pressupõe uma aprendizagem social na qual, acordo com Pontes e Magalhães,

Aprendem-se as formas, o vocabulário típico, as regras e o seu momento de enunciá-las, as habilidades específicas requeridas para cada brinquedo, os tipos de interações condizentes etc. Acredita-se que a investigação dessas e de outras categorias de eventos seja importante não só para uma melhor descrição da brincadeira e da ocorrência de aprendizagem em situação natural, mas também para a compreensão dos processos de transmissão da cultura da brincadeira, assim como das relações entre os membros do grupo e do desenvolvimento infantil. (PONTES; MAGALHÃES, 2003, p. 118)

O termo “transmissão cultural” foi introduzido por Cavalli-Sforza e Feldman (1981) como um paralelo à noção de transmissão biológica. A transmissão cultural permite que um grupo perpetue características nas gerações subsequentes por meio de mecanismos de ensino e aprendizagem. Para Cavalli-Sforza e colaboradores (1982), a transmissão cultural seria o processo de aquisição de comportamentos, atitudes ou tecnologias através de estampagem, condicionamento, imitação, ensino ativo e aprendizagem ou a combinação desses elementos. E de que maneira mais precisa pode-se transmitir determinado conteúdo cultural, senão através de um jogo?

Se pensarmos as origens e fundamentos do jogo, em termos de descarga da energia vital e da satisfação de certo “instinto de imitação”, podemos considerá-lo como atividade que pode ser praticada por si mesma, não para alcançar algum objetivo ou resultado. Para Kant, o jogo possui a função biológica de despertar e reforçar a energia vital, sintonizando-a com a energia do universo (ABBAGNANO, 2007, p. 589). Mais ainda, pode-se dizer que o jogo tem a função de treinar as atividades vitais, ou seja, aquelas atividades que garantem a conservação do

organismo.

De acordo com Froebel, o jogo está para a criança como o trabalho está para o homem e a criação para Deus: é a sua forma de atuação no mundo (ABBAGNANO, 2007, p. 589). O jogo é uma forma de comunicar algo e a comunicação, ao longo de sua evolução, humanizou o homem e o transformou em *Homo sapiens*. “A comunicação é algo incrível no que diz respeito à representação e recriação simbólica de aspectos da condição humana em formas que possam ser aprendidas e partilhadas”. (DANCE, 1973, p. 58)

Se pensarmos em Huizinga (2001), o homem chamado de *Homo sapiens* merece ser chamado, também, de *Homo ludens*, pois considera o jogo toda e qualquer atividade humana; algo fundamentalmente presente em tudo o que acontece no mundo. Se é no jogo e pelo jogo que a civilização surge e se desenvolve, pode-se dizer que o jogo é um fenômeno cultural e não meramente biológico. Ele é estudado de uma perspectiva histórica, não científica no seu sentido restrito.

O jogo é uma forma de realidade muito particular. Ele reproduz aspectos da realidade por meio das regras. Utiliza um comportamento lúdico e um comportamento prático e convencional simultaneamente. Assim, jogar é conciliar comportamento lógico com comportamentos lúdicos. Essa inter-relação de comportamentos é o que possibilita ao homem encontrar sua natureza mais profunda. Nesse caso, o jogo pode ser comparado à arte, pois ambos dão ao homem a possibilidade de falar com seu próprio “eu”.

O espírito lúdico é um elemento presente na arte e no comércio, no processo de criação e na produção de uma obra de arte, por exemplo. Percebemos essa função lúdica, quando o espírito e a mão se movimentam de forma única, harmoniosa e ludicamente na criação de algo. Desse modo, pode-se questionar o que levaria um indivíduo a jogar um jogo? Por que um grupo de pessoas pode ser levado ao êxtase através de um jogo?

Ora, a intensidade de um jogo e seu poder de fascinação não podem ser explicados através de uma análise puramente biológica. Sendo assim, é na intensidade e entusiasmo provocados pelo jogo que se pode sentir a sua capacidade de excitar. É aí que reside à própria essência e a característica principal do jogo. Além disso, ele é considerado uma forma específica de atividade, forma significativa, função social.

Seja como atividade específica ou como mero espetáculo, o jogo constitui, hoje, uma das principais formas de emprego do tempo livre pelas grandes massas. Nesse sentido, o processo de comunicação em si se faz fundamental para uma consideração da estrutura e da função dos meios de comunicação de massa.

A comunicação – veículo pelo qual as pessoas se influenciam como numa estrada de duas mãos – é o transportador de todo processo social, torna a interação possível e compreensível e, também, serve de pilar de sustentação para que o homem seja considerado um ser social, com capacidade de cooperação mútua e empenho em uma atividade socialmente útil. Em linhas gerais, é patente que a comunicação é um processo social através do qual o homem evita a solidão e encontra satisfação às suas necessidades e desejos. A comunicação padroniza os meios para o indivíduo e relaciona-o aos outros. Os meios de comunicação de massa servem para revelar certas relações entre os indivíduos e seus meios sociais. Eles colaboram para relacionar o comportamento de grupo ao meio (STEINBERG, 1972, p. 17-18). Para Rosenberg e White,

As mudanças sociais imputáveis aos movimentos de reforma podem ser lentas e insignificantes, mas acumulam-se. [...] A semana de sessenta horas deu lugar à de quarenta; o trabalho dos menores foi progressivamente restringido – *talvez aos olhos ingleses*; com todas as suas deficiências, a educação universal gratuita institucionalizou-se progressivamente. [...] E agora, as pessoas dispõem de mais tempo para o lazer. (ROSENBERG; WHITE, 1957, p. 531, *grifo nosso*)

Assim, o jogo é um traço essencial – talvez, o mais importante – das sociedades humanas. Diferentemente de outros animais que brincam, o ser humano é o único que o faz conscientemente durante toda a vida. Se falamos, é porque alguém resolveu, há muito tempo, brincar com os sons e significados. Quando filosofamos, estamos jogando com conceitos. Nada, portanto, encanta mais o homem do que o jogo. Ele se baseia na manipulação de imagens, numa certa forma de imaginação da realidade. Johan Huizinga diz que

As grandes atividades arquetípicas da sociedade humana são, desde o início, inteiramente marcadas pelo jogo. Como por exemplo, no caso da linguagem, esse primeiro e supremo instrumento que o homem forjou a fim de poder comunicar, ensinar e comandar. É a linguagem que lhe permite distinguir as coisas, defini-las e constatar-las, em resumo, designá-las e com essa designação elevá-las ao domínio do espírito. Na criação da fala e da linguagem, brincando com essa maravilhosa faculdade de designar, é como se o espírito estivesse constantemente saltando entre a matéria e as coisas

pensadas. Por detrás de toda expressão abstrata se oculta uma metáfora, e toda metáfora é jogo de palavras. Assim, ao dar expressão à vida, o homem cria um outro mundo, um mundo poético, ao lado do da natureza. (HUIZINGA, 2001, p. 7)

Com base em Huizinga, que nos mostrou o papel fundamental do elemento lúdico, o processo de criação pode ser visto como jogo. O que vale dizer que ele é afetado pelas incertezas das condutas e igualmente submetido a uma certa ordem de convenções, regularidades e indeterminações que garantem a riqueza e solidez da criação.

De um ponto de vista dinâmico, o jogo é um palco para tensões que podem traduzir as diferenças, o conflito e a sedução. De um ponto de vista formal, pode ser visto como brincadeira solitária, na disputa amistosa da provocação. Na condição de atividade estruturante, todo jogo é um comportamento fundamentado a partir do que foi feito no passado – memória.

A despeito de ser considerado, muitas vezes, como uma atividade “não séria”, o jogo é fundamental na vida do ser humano. Assim como o rir, com o qual está comumente relacionado. Existem, por outro lado, os jogos considerados “sérios”, como os educativos, o xadrez, ou os que se caracterizam pela competição, como os jogos de atletismo ou o automobilismo, por exemplo. No âmbito dos *games*, temos alguns campeonatos com grande carga de seriedade como o mundial *World Cyber Games*²² ou até o local – e ainda menor – *TEM Games*²³, cujas iniciativas advêm do inevitável espírito de competição e sociabilidade proporcionada pelos *games*.

Independente do fato de serem sérios ou não-sérios, os jogos têm, em sua base, o divertimento. Esse processo compõe-se da tensão, da alegria e do divertimento que o jogo proporciona aos jogadores. Sensações que se apresentam ao ser humano como forma de descarga de energia excessiva ou, ainda, a compensação de desejos insatisfeitos. A soma das partes de um jogo constitui um mecanismo, cujo principal produto está centrado na manutenção da diversão.

Para Jean Piaget (1977), a classificação dos jogos se baseia nas três fases do desenvolvimento infantil. Na fase sensório-motora, do nascimento até os dois anos, temos os jogos de exercício-motor, em que a atividade lúdica surge como uma

²² O *World Cyber Games* (WCG) trata-se de um evento internacional de *e-sport* organizado anualmente pela *International Cyber Marketing* e *Samsung*. Criado no ano de 2000, o evento é itinerante desde 2004, onde etapas preliminares são disputadas em cada país participante que mandará seus representantes às finais. Acessar: <http://www.worldcybergames.com>

²³ Acessar: <http://www.temmais.com/temgames>

série de exercícios motores simples, sem a utilização da noção de regras. Na fase pré-operatória, dos dois aos cinco/seis anos, temos os jogos simbólicos, com noções da existência de regras, que tem por função a assimilação da realidade. E, finalmente, na fase das operações concretas, dos sete aos onze anos, além do aperfeiçoamento dos jogos simbólicos, temos os jogos de regras, caracterizados pela existência de regras pré-definidas e parceiros, o que lhe confere um caráter eminentemente social. (PASSERINO, 1998)

Para Roger Caillois, (1990) as categorias de jogo são estabelecidas a partir das sensações e experiências proporcionadas, sendo elas:

1. **Agon** – Está presente nos jogos de competição, em que a igualdade de oportunidades se torna artificial para que os competidores se enfrentem em condições ideais. A rivalidade é o principal elemento e o resultado se estabelece por meio de mérito pessoal. Portanto, sempre se trata de uma rivalidade em torno de uma só qualidade (rapidez, resistência, força, memória, habilidade, engenho etc.). Encontra-se, nesses jogos, o desejo da vitória, pois a prática do *Agon* supõe por ele uma atenção sustentada, um treino apropriado, esforços assíduos e uma vontade de vencer. Caillois encontra o *Agon* presente também em fenômenos culturais, visto que fora dos limites do jogo, se encontra o espírito do *Agon* em outros fenômenos culturais que obedecem as mesmas leis: o duelo, o torneio, certos aspectos constantes e surpreendentes da chamada guerra de cortesia.
2. **Alea** – É característica de jogos, nos quais a decisão não depende do jogador, em que o elemento principal compreende o acaso, nos quais a habilidade não tem poder e o jogador lança-se ao destino. Exemplos dessa categoria de jogo são os dados, a roleta, cara ou coroa, jogos de cartas, loteria etc. Para o autor, esses jogos não têm a função de fazer ganhar dinheiro os mais inteligentes, mas de anular as superioridades naturais e adquiridas, a fim de possibilitar condições iguais antes que o veredicto da sorte seja dado.
3. **Mimicry** – Caracteriza o jogo em que se fazem presentes a ilusão, a interpretação e a mímica. Permeados pelo uso de máscaras, os jogos tornam-se uma grande representação com a construção de diversos

personagens. Incluem-se nesta categoria as interpretações teatrais e dramáticas, pois a *Mimicry* é a invenção incessante.

4. ***Ilinx*** – Esta categoria refere-se à busca da vertigem e do êxtase, consistindo em romper, por alguns instantes, a estabilidade da percepção e da consciência em um pânico voluptuoso. Trata-se de alcançar uma espécie de espasmo, de transe ou de perturbação dos sentidos que provoca a anulação da realidade por algo brusco que se torna superior.

Tanto o desejo de vitória quando a ação do acaso, a representação ilusória de um mundo paralelo e a sensação da tensão causadora da vertigem e do êxtase são características presentes nos jogos e nos *games*.

Huizinga (2001) nos apresenta algumas características fundamentais do jogo. A primeira delas é o fato do mesmo ser livre, de representar a própria liberdade. A segunda, ligada à primeira, é que o jogo não é a vida real. Pelo contrário, trata-se de uma evasão da vida real, para um plano temporário de total liberdade do espírito. Outras características importantes do jogo são os fatores de isolamento e limitação: ele é jogado até o final, dentro de um limite de tempo e de espaço, possuindo um caminho e um sentido próprio. O jogo tem um início e em determinado momento chega ao seu fim.

A fascinação do jogo também está, em grande parte, ligada ao fator competição. Quanto mais competitivo, mais apaixonante e interessante é o mesmo. Uma característica fundamental é que ele cria a ordem, introduzindo na confusão da vida e na imperfeição do mundo uma perfeição temporária e limitada, exigindo uma ordem suprema e absoluta. A menor desobediência às regras pode quebrar a harmonia do jogo.

É talvez a esta afinidade profunda entre a ordem e o jogo que este [...] parece estar em tão larga medida ligado ao domínio da estética. Há nele uma tendência para ser o belo. Talvez, este fator estético seja idêntico àquele impulso de criar formas ordenadas que penetra o jogo em todos os aspectos. As palavras que empregamos para designar seus elementos pertencem quase todas à estética. São as mesmas palavras com as quais procuramos descrever os efeitos da beleza: tensão, equilíbrio, compensação, contraste, variação, solução, união e desunião. O jogo lança sobre nós um feitiço: é “fascinante”, “cativante”. Está cheio das duas qualidades mais nobres que somos capazes de ver nas coisas: o ritmo e a harmonia. (HUIZINGA, 2001, p. 13)

Entretanto, sejam quais forem os entendimentos sobre o jogo, volta-se sempre à visão de Aristóteles, que aproximou o jogo à virtude e à felicidade, pois, assim como ambas, ele surge espontaneamente e não é necessário como o trabalho (ABBAGNANO, 2007, p. 589). Dessa forma, lembrando o jogo como fenômeno cultural, pode-se concordar com Huizinga que “o jogo é mais do que um fenômeno fisiológico ou um reflexo psicológico. Ultrapassa os limites da atividade puramente física ou biológica. É uma função significativa, isto é, encerra um determinado sentido”. (HUIZINGA, 2001, p. 3-4)

Ainda que a liberdade seja uma das qualidades primordiais do jogo, percebe-se que esta não pode ser entendida em caráter absoluto. Certas regras e valores, como a ética dos jogadores, por exemplo, devem ser observados. Huizinga, referenciando Paul Valéry, pontua que “no que diz respeito às regras de um jogo, nenhum ceticismo é possível, pois o princípio no qual elas se assentam é uma verdade apresentada como inabalável”. (HUIZINGA, 2001, p. 14)

Essa última observação é especialmente válida para o jogo que constitui o objeto de estudo deste trabalho, o jogo eletrônico ou *game*, cujo desenvolvimento se faz pela liberdade de escolha entre opções delimitadas, programadas no código. Ele está inserido em um universo ilusório criado pelo ser humano, onde a imaginação funde-se a uma realidade virtual criada por aparatos eletrônicos, concretizando, assim, uma das características mais relevantes do jogo: a capacidade de criar uma realidade outra.

3.1 De Tênis para Dois a Donkey Kong

Convivemos, hoje, com diversos tipos de jogos tradicionais e jogos que levam multidões tanto para estádios quanto para as telas. Mas, o que caracteriza a nossa era são os jogos eletrônicos, os *games*.

Para se ter uma ideia do papel que os jogos eletrônicos estão desempenhando na cultura humana deste início do terceiro milênio, basta dizer que a movimentação financeira de sua indústria é a primeira na área do entretenimento, superior à do cinema, e a terceira no mundo, perdendo apenas para a indústria bélica e a automobilística. (SANTAELLA, 2004)

Os *games* são, provavelmente, os grandes responsáveis pelo avanço tecnológico da indústria do entretenimento, aproveitando-se das pesquisas de

ponta, características de seu ambiente de desenvolvimentos, ao mesmo tempo em que as tornam disponíveis com grande rapidez.

Para que possamos compreender como a indústria do *videogame* transformou-se nessa indústria multibilionária, devemos retornar, novamente, à primeira metade do século XX. Na década de cinquenta, projetos militares inovadores geraram o desenvolvimento de tecnologia computadorizada para simular combates e lançamentos de mísseis e fizeram da Guerra Fria o palco para experimentações tecnológicas dos projetos em andamento nos gabinetes e pranchetas das forças militares.

Em 1958, William Higinbotham, que havia trabalhado no desenvolvimento da primeira bomba atômica, transformou duas linhas rudimentares e uma bola na primeira experiência interativa de entretenimento em computador, o Tênis para Dois. Nesse momento, os computadores ganharam uma utilização que ia além dos cálculos militares.

A Guerra Fria transformou-se em uma corrida espacial e influenciou profundamente Steve Russell, um programador do MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) que levou o *videogame* para o domínio do entretenimento. *Spacewar* foi o *game* de computador mais popular durante anos.

Com os conflitos da Guerra Fria na Coreia, Berlim e Vietnã, a década de sessenta ameaçou levar o mundo ao caos e a televisão apresentava-se como uma fonte emissiva de notícias ruins. Ralph Baer cria, então, o primeiro console caseiro, o *Magnavox Odyssey*, e transforma o *videogame* em uma mídia atraente e o televisor em um parque de diversões.

No final dos anos sessenta e início dos setenta, o movimento da contracultura fez surgir uma nova geração de empreendedores do *videogame*. Nolan Bushnell, fundador da Atari, foi um dos primeiros a perceber que o negócio poderia ser lucrativo e incumbiu Al Alcorn de programar o primeiro fliperama eletrônico. A Atari lançou *Pong* no mercado mundial, em 1972, dando início à indústria do *videogame*. Higinbotham, Russell, Baer e Bushnell foram pioneiros que canalizaram nossos sentimentos coletivos para suas criações virtuais.

Os primeiros *videogames* ocidentais foram produtos das pesquisas tecnológicas militares; mas, no extremo oriente, os primeiros *games* japoneses surgiram como consequência de um conflito muito mais direto: a Segunda Guerra Mundial.

Foi a época de *Godzilla* e outros grandes monstros de borracha combinada com o poder tecnológico do computador. O Japão estava na vanguarda da indústria eletrônica e, em 1978, Tomohiro Nishikado colocou seu país na linha de frente da indústria do *videogame* com uma onda de invasores digitais, o *Space Invaders*. O *game* era a expressão digital de uma época sombria e violenta. Nesse período, Tohru Iwatani, um jovem *designer* de uma empresa de *videogames* japonesa – Namco, querendo atrair outro público para esse segmento, projetou *Pac Man*, o primeiro *game* a introduzir um protagonista, o que representou um grande salto nas narrativas de *videogame*. Com isso, surgiu um novo segmento de trabalho para criadores e *designers*: a criação de personagens que explorassem o envolvimento dos *gamers*.

Assim, não exageramos conjecturar que os *videogames* são reconhecidos como produtos culturais e representam nossas crenças, atitudes e uma série de questões com as quais lutamos em determinados momentos da vida. A ideia dos *games* é combinar, na narrativa, o envolvimento e a interação do *gamer*, estabelecendo uma ligação mais profunda e extrapoladora da condição de recreação como se apresentara, por exemplo, no *game Pong*. Como afirma Santaella (2004), a grande distinção do jogo eletrônico em relação a qualquer outro se encontra, antes de tudo, na interatividade e no grau de envolvimento.

A interatividade é uma propriedade intrínseca da comunicação digital. [...] É justamente um ideal desse tipo que o *game* como produto criador visa atingir. A interatividade não apenas como experiência ou agenciamento do interator, mas como possibilidade de co-criação de uma obra aberta e dinâmica, em que o jogo se reconstrói diferentemente a cada ato de jogar. (SANTAELLA, 2004)

Se analisarmos a maioria dos *games* norte-americanos, da década de setenta, perceberemos que, dificilmente, havia uma personagem central e a tela permanecia estática, ganhando um movimento ilusório através da luminosidade dos *pixels*. O principal interesse dos programadores parecia não estar no aspecto narrativo e o *gamer* tinha que reconhecer e nomear os pontos na tela.

Essa condição transforma-se quando Shigeru Miyamoto, em 1981, propõe uma personagem principal, que não era poderoso como o “Super Homem”, mas um encanador corpulento chamado *Jumper Man*. Aquela figura transformada em um “super astro” do mundo dos *games*, foi, mais tarde, rebatizada de Mário. Em

Donkey Kong, a personagem parecia ter carne e osso e tinha a tarefa urgente de salvar a namorada de um terrível gorila.

Sato, citando Kohler, diz que

Shigeru Miyamoto encontrou um novo conceito para os *videogames*. Ele afirma que o amor pela exploração e fascinação pelo novo, por meio de descobertas inesperadas o levaram a conceber os jogos de maneira diferenciada. (SATO, 2007, p. 3)

A tecnologia possibilitou a Miyamoto apresentar uma nova proposta estrutural que ganhava formalmente um movimento horizontal. O *gamer* iniciava o *game* do lado esquerdo em uma determinada fase e sabia que o final estaria no lado direito da tela e, assim, sucessivamente. *Super Mário Brothers* foi um sucesso de vendas, no mundo inteiro e, mais do que isso, anunciou a nova revolução do *videogame* doméstico, denominada, neste trabalho, como a “Revolução de Miyamoto”. O sucesso comercial da dupla *Super Mário Brothers* e Nintendo marcou o nascimento dos personagens e das narrativas nos *videogames*. A partir da “Revolução de Miyamoto”, representado por esse momento histórico na indústria do entretenimento, a maneira de contar histórias potencializa-se como nunca se percebera antes e o grau de envolvimento dos indivíduos com os *games* ganha outra dimensão: a de protagonista ativo da história.

3.2 A valorização da narrativa

A narratologia examina o que as narrativas têm de comum entre si e aquilo que as distingue enquanto narrativas. Para isso, a narratologia procura descrever o sistema específico narrativo, buscando as regras que presidem à produção e processamento dos textos narrativos. A narratologia incorpora a tendência do estruturalismo por considerar os textos narrativos como meios, regidos por regras, através das quais os seres humanos criam e/ou recriam o seu universo²⁴.

²⁴ Obras importantes: Tzvetan Todorov, *Gramática do Decameron* (São Paulo, Perspectiva, 1982); Vladimir Iakovlevich Propp, *Morfologia do conto maravilhoso* (Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1984); Claude Levi-Strauss, *Antropologia Estrutural* (São Paulo, Cosac Naify, 2008); Algirdas Julien Greimas, *Semântica estrutural* (São Paulo, Cultrix, 1973); Gérard Genette, *O discurso da narrativa* (Lisboa, Veja, 1995); Roland Barthes, *Introduction à l'analyse structurale des récits* (Communications, v. 8, p. 1-27, 1966); Cesare Segre, *Introdução à análise do texto literário* (Lisboa, Editorial Estampa, 1999); Marcel Proust, *Em busca do tempo perdido* (Rio de Janeiro, Ediouro, 2002).

Desse modo, é interessante perceber que o fortalecimento da tomada de foco em direção à narrativa parece estar ligado ao desenvolvimento tecnológico e às novas possibilidades da indústria dos *games*. No início dessa indústria, o interesse dos programadores parecia não estar nos aspectos narrativos e as histórias dos *games* eram como roupas que “vestiam” tais produtos. Assim, denominava-se nave aquele pontinho branco na tela, enquanto que, na embalagem do *game*, dizia-se que os inimigos – outros pontinhos – eram “os terríveis invasores espaciais”.

Tal valorização da narrativa acompanhou o surgimento de *games* que propunham tramas mais complexas, personagens mais elaboradas e cenários impossíveis de serem executados em gerações tecnológicas anteriores. Esses elementos tinham como propósito uma imersão mais qualitativa, uma forma mais aprimorada de criar o sentimento de sedução sobre o *gamer*.

A narrativa é a articuladora e a organizadora do material proposto. Ela determina não apenas as maneiras como as histórias se darão, mas, sobretudo, atua na constituição de gêneros narrativos. Da mesma forma que outros meios como o cinema, a TV ou a literatura o fazem, os *games* representam uma maneira particular de contar histórias. Frente a isso, uma tipologia dos *games* estaria vinculada ao gênero narrativo: *games* de ação, de guerra, de corrida, de terror etc., e o critério determinante seria quais os tipos de coisas que se contam nos *games*. Assim, a narrativa seria a dimensão que sobredetermina as outras.

3.3 Ludologia

O termo “ludologia” surgiu, primeiramente, associado aos jogos de computador e aos *gamestudies*, em um artigo de Gonzalo Frasca²⁵ e, posteriormente, foi retomado por Espen Aarseth²⁶. Até esse momento, o termo ludologia servia, de modo geral, como referência à realidade dos jogos de forma genérica, em especial aos jogos de tabuleiro, contendo um discurso inserido nas fronteiras socioculturais do entretenimento. Nesse sentido, o artigo de Aarseth é tido como importante marco histórico. Quando o autor elege 2001 como o “Ano Um” dos

²⁵ Ver FRASCA, Gonzalo. Ludology meets narratology: Similitude and differences between games and narrative. Helsinki, Parnasso n.3, p. 365-371, 1999. Acessar: <http://www.ludology.org/articles/ludology.htm>

²⁶ Ver AARSETH, Espen. Computer game studies, year one. In: Gamestudies: The international journal of computer game research, v. 1, issue 1, July, 2001. Acessar: <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>

estudos de jogos de computador, percebemos que é, sobretudo, na cultura contemporânea que a categoria lúdica assume contornos essenciais, colocando-se no centro das múltiplas dimensões de nosso mundo, assumindo-se, por exemplo, como campo fundamental em que se “joga” o problema da(s) relação(ões) entre o indivíduo e a(s) técnica(s).

Se pensarmos para além da afirmação de que os jogos são mais do que “meros meios de lazer” e de que a dimensão lúdica é – antropológica e culturalmente – mais antiga que o próprio homem, o posicionamento da problemática ludológica no centro de nossa cultura contemporânea e a constatação de que, hoje, o lúdico e a técnica nos acompanham onde quer que estejamos, torna-se inevitável. Assim, perceberemos que esse cenário tornou urgente que a Academia olhasse para esse objeto de estudo e esse campo do humano como área científica fundamental, pois é nele que reside, se não “o”, pelo menos uma das partes essenciais da nossa atual “cultura da simulação”.

Ao instalar-se como elemento fundamental da lógica do discurso contemporâneo, tomando o lúdico não apenas como entretenimento e passatempo, mas como exercício que transcende a finalidade recreativa – usos militares, empresariais, educacionais, médicos etc. – o ludológico demanda que olhemos para ele como área emergente das Ciências da Comunicação e da Cultura e de modo diferenciado em relação ao de outrora, isto é, diferente de uma lógica analítica, de progresso e perfectibilidade – herdadas do positivismo –, buscando as fronteiras do léxico, de objetos/processos, de metodologias, em resumo, buscando as fronteiras de programas de investigação – agenciamento –, sempre com base em uma postura crítica, de interrogações.

Expressa por uma linha de pensamento inversora da posição central da narrativa, outrora determinante no processo e agora subordinada a um sistema condutor de regras de interação, a ideia principal da ludologia é: não é preciso haver uma história. Nessa corrente, basta que o jogo apresente uma estrutura reconhecível com a qual o *gamer* poderá adaptar-se. Ou seja, basta que o jogo seja apenas o jogo²⁷.

A análise do ludólogo baseia-se nas relações objetos/funções do jogo e não pelo que remetem enquanto significado. Esse tipo de ponto de vista pode levar à

²⁷ Ver JULL, Jesper. The Game, the Player, the World: Looking for a heart of gameness. Acessar: <http://www.jesperjull.net/text/gameplayerworld>

desvalorização da história frente à estrutura lúdica, afinal, para o ludólogo, o fato de o jogo poder remeter a algo externo que lhe seja externo não é importante. Para o ludólogo, o jogo não precisa significar algo, mas ser algo. Dentro do sistema oferecido, os objetos estão dispostos para cumprir funções específicas, não precisando remeter às coisas do mundo. Nesse sentido, o que importa é que o *gamer* consiga reconhecer uma estrutura e saiba como agir em função dela.

Consideremos o clássico jogo *Tetris* e sua estrutura: várias versões dos blocos caindo e precisando de encaixe foram reformatadas e relançadas desde o seu surgimento. Tais blocos podem ser frutas caindo em uma caminhonete, flores caindo em uma cesta, corpos caindo em uma câmara de gás²⁸ ou qualquer outra coisa. A ideia é a de que não importa o que esse sistema representa.

Na linha ludológica, a narrativa é subordinada à estrutura do *game* e, no caso de *Tetris*, ela parece ser totalmente dispensável. Mas, isso não significa que a ludologia exclui a narrativa. Isso quer dizer que é o sistema ludológico e não a narrativa que determinará as principais decisões construtivas do jogo.

Vicente Gosciola, em fala na Universidade de Sorocaba, pontua que até em *games* como *Tetris*, o indivíduo pode *narratificar* aquela peça que cai, expressando uma vontade de que a peça se encaixe em determinado lugar, torcendo e vibrando por ela, identificando-se com ela. Essas são características singulares das narrativas. Por isso, o autor não consegue, especialmente nos dias atuais, apostar na dicotomia instalada entre narratologia e ludologia. (GOSCIOLA, 2010)

Apesar de não ser nosso intuito discuti-la, podemos considerar que, talvez, a dicotomia narratologia x ludologia apresentada acima, represente algo criado apenas para que pudéssemos entender o fenômeno comunicacional do *game*. Algo como uma autópsia para se estudar e entender as partes para, posteriormente, reunificá-las e entendê-las como um todo.

3.4 Por uma *Ludo-narratologia*

Representada principalmente por Gonzalo Frasca²⁹, trata-se de uma linha que busca uma unificação – ou aproximação – das abordagens acima descritas.

²⁸ Ver KOSTER, Raph. *A Theory of Fun for Game Design*. Phoenix, Paraglyph Press, 2004.

²⁹ Ver FRASCA, Gonzalo. *Ludologists love stories too: notes from a debate that never took place*, 2003. Acessar: http://www.ludology.org/articles/Frasca_LevelUp2003.pdf

Tais estudos relacionam o sistema do jogo e a história como partes de um modelo específico de narrativa que aglutina os movimentos e conceitos da ludologia. Ainda defende que o jogo possui uma narrativa, e que essa resulta da ação das relações entre o sistema lúdico estrutural do jogo e os elementos narrativos. Esse ponto de vista indica uma perspectiva de definição do jogo como produto narrativo, bem como os livros ou o cinema, porém, diferenciado de todos os demais por sua peculiaridade enquanto sistema lúdico.

A narrativa e o sistema lúdico constituem partes indissociáveis dos *games*, pois seria impossível resolver os *puzzles*³⁰ propostos sem que o *gamer* tenha “entrado” na história e perceba o que está sendo solicitado a cada momento pela narrativa. Em contra partida, apenas perceber os movimentos da história, não é suficiente se o mesmo não avança os *puzzles* que lhe proporcionam o lúdico. São, justamente, os elementos da narrativa que irão oferecer as soluções para os *puzzles*.

3.5 Uma narrativa dos *games*

Já sabemos o que esperar das narrativas dos meios de comunicação tradicionais, frias e unidirecionais, como a literatura impressa, o cinema ou a televisão. São conteúdos apresentados em linguagens próprias, que permanecem idênticos, não importando quantas vezes forem exibidos. Isso não implica dizer que somos incapazes de fazer uma leitura desses conteúdos, assimilá-los e reconstruí-los. Podemos fazê-lo de forma abstrata, em nossas mentes. Nossa percepção desses conteúdos pode, eventualmente, mudar; mas o fato de que não podemos interferir ou interagir com esses produtos – já prontos –, permanecerá imutável. Em uma visão *adorniana*³¹ acerca da passividade dos indivíduos perante os meios frios, pode-se dizer que somos apenas espectadores e a não-interação prevalece nesses casos.

Nesse sentido, o que podemos esperar de um meio que seja tão interativo quanto imersivo? Tal meio existe e faz parte do nosso cotidiano. Ele está presente nos computadores e torna real a existência da Internet, dos *games* e do

³⁰ Termo usado por *game-designers* para nomear dispositivos que desencadeiam avanços nos *games*.

³¹ Ver ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ciberespaço. As informações, nesse meio, não são armazenadas como pontos de tinta numa superfície a base de celulose, nem como cristais sensibilizados em película. São unidades binárias, zeros e uns que podem ser processados, em tempo real, de acordo com os comandos do indivíduo. Essas características nos permitem ir além do simples ouvir, ler ou assistir aos mitos. Esse novo meio digital torna possível a participação do indivíduo a todas essas narrativas. Interagir com elas e vivenciá-las de alguma maneira.

Thompson, concentrado naquilo que ele chama de “impacto interacional dos meios”, disse que

Novos meios técnicos tornam possíveis novas formas de interação social, modificam ou subvertem velhas formas de interação, criam novos focos e novas situações para ação e interação, e, com isso, servem para reestruturar relações sociais existentes e as instituições e organizações das quais elas fazem parte. (THOMPSON, 1995, p. 296)

Nos dias atuais, com novos aparatos tecnológicos sendo lançados a todo instante, temos que estar em constante adaptação, se quisermos diminuir os ruídos e buscar uma evolução nas comunicações, evitando, assim, a criação de abismos entre nós e o mundo. Thompson atribui crédito aos teóricos dos meios, como Harold Innis e Marshall McLuhan³², por terem evidenciado a questão de que a natureza da interação pode sofrer influências da forma de transmissão dos meios e aproveitou para dizer que

Esses teóricos argumentaram, de uma maneira correta em meu ponto de vista, que os diferentes meios técnicos ajudam a criar diferentes ambientes para a ação e interação; argumentaram que a forma do próprio meio, totalmente à parte do conteúdo específico das mensagens que ele possui, tem um impacto na natureza da vida social. (THOMPSON, 1995, p. 296)

A cultura moderna é uma cultura eletronicamente mediada, cujos modos de transmissão orais e escritos foram suplementados – ou até mesmo substituídos – por modos de transmissão baseados nos meios eletrônicos.

Continuando na linha de Frasca e no intuito de que o jogar e o narrar não se excluam mutuamente, pode-se dizer que uma tipologia dos *games* deve partir de um

³² Obras importantes: Harold A. Innis, *Empire and Communications* (Londres, Oxford University Press, 1950) e *The Bias of Communication* (Toronto, University of Toronto, 1951); Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* (Londres, Routledge & Kegan Paul, 1962) e *Understanding Media: The Extensions of Man* (Londres, Routledge & Kegan Paul, 1964).

relacionamento entre os conceitos da narratologia e da ludologia. Contudo, considerar apenas referida articulação não levaria em conta as especificidades fundamentais dos *games*: o papel das tecnologias sobre eles. Nesse sentido, devemos direcionar nossa atenção para a existência de uma narrativa que toma forma através da ação de três dimensões: uma dimensão de gênero narrativo, uma dimensão ludológica e uma dimensão tecnológica.

A opção pela narrativa se dá, levando-se em consideração que além das sugestões de narratólogos e ludólogos, acima descritas, existem outros critérios a partir dos quais os *games* podem ser classificados. Já citamos neste trabalho, propostas como a de Caillois, em que as categorias são estabelecidas, a partir do tipo de operação lúdica contidas nos jogos. De outro lado, pode-se adotar uma abordagem tecnológica, ou seja, classificar os *games*, a partir da geração tecnológica a que pertence. Se no primeiro, os jogos são classificados com base em suas diferenças em relação ao apelo – jogos de disputa, de sorte, de interpretação ou aqueles que buscam sensações físicas –, no segundo, eles são classificados de acordo com suas características técnicas – níveis de resolução, de interação, de imersão etc. De qualquer maneira, todos esses critérios se inserem no contexto das problemáticas dos *games*.

Nesse momento, quando o leitor pode perceber que optamos pela narrativa como ponto organizador de uma tipologia, vale esclarecer que nossa opção não é a de adotar a linha proposta pelos narratologistas, pois nosso ponto de vista sobre as questões das narrativas não se resume apenas aos gêneros narrativos.

A narrativa dos *games* é um tipo específico de narrativa que, certamente, possui relações com outras formas de narrativas midiáticas, como as *comic books* ou o cinema, por exemplo, mas com objetivos, gramática e processualidades particulares em suas maneiras de contar histórias. Não só para os *gamers* fica óbvio que as *cut scenes* dos *games* lembram o cinema e a construção de suas personagens, as *comic books*. Porém, no momento em que o *gamer* – através de seu avatar – tem a possibilidade de assumir uma determinada linha de ação e interferir na narrativa – atualizando uma história que existe, potencialmente, dentro de um suporte –, toda e qualquer semelhança anterior com outras mídias deve ser repensada.

A narrativa dos *games* não pode ser resumida à história que está sendo contada e, de fato, não se resume ao modo como está sendo contada tal história.

Ela deve conter, também, decisões de interface que devem ser disponibilizadas ao *gamer*, assim como os dispositivos técnicos contidos em si. Nesse sentido, a narrativa seria uma articulação entre três dimensões inseparáveis: 1) gênero narrativo, 2) interface e 3) estatuto tecnológico.

A primeira corresponde aos aspectos dos gêneros – se é de ação, aventura, terror etc – e dos elementos que os constituem – a estética adotada, cenários, sons etc. Porém, há de se pensar a dificuldade de classificar *games* que tem temáticas específicas – os de guerra, ficção ou outro gênero da literatura ou cinema – com *games* de apelo *extragênero* – como os *puzzles* ou os *board games*. Assim, o leitor poderia pensar que existem os jogos de gênero e os jogos não-narrativos. Mas, se levarmos em conta a quantidade de jogos que, estando dentro do mesmo gênero, são tão distintos, referida classificação pede uma revisão.

Pensem as questões narrativas entre *games* como o clássico *Space Invaders* e o moderno *Black*³³. Em relação ao gênero, ambos estão na mesma linha: jogos de guerra. E, podemos arriscar a dizer que a questão do gênero é a única semelhança entre eles. Assim, pensar uma tipologia dos *games* partindo de seu gênero torna-se insuficiente e faz surgir a necessidade de se adicionar características outras que irão incrementar as definições de categoria dos *games*.

A segunda, herdada do ponto de vista dos *ludólogos*, corresponde às interfaces adotadas como um padrão de reconhecimento do jogo em termos de funcionamento e não de significado.

Se *Space Invaders* e *Black* podem ser inseridos na mesma categoria genérica, quando pensarmos em interface – não a diferença gráfica, mas a organização lúdica –, ambos apresentam-se como completos diferentes. A diferença das interfaces é tão importante que podem ser encontradas nomenclaturas que remetem a essa dimensão. Nomenclaturas essas que dão ao *gamer* importantes informações acerca do funcionamento do *game*: diz-se que *Space Invaders* é um *game* de plataforma e *Black* um *shooter*. Além desses dois tipos de interface, temos várias outras como os RPGs, os de universo aberto, os *puzzles* etc.

Tais classificações dependem exclusivamente de sua interface e, quando os critérios classificatórios tornam-se mais sutis, as diferenças apresentadas em *Space Invaders* e *Black*, por exemplo, podem ser valorizadas de maneira que suas

³³ Acessar: <http://games.ea.com/official/black/black/us/index.jsp>

qualidades em comum não sejam esquecidas. Mas, devemos levar em consideração que a caracterização da interface confundiu-se com a histórica criação dos gêneros dos *games* e que, hoje, um *game* pode possuir em sua história interfaces variadas que já não podem mais definir sua afiliação tipológica.

Na série *Grand Theft Auto*³⁴ – mais conhecida pelos *gamers* como GTA –, por exemplo, podemos perceber a presença de uma série de interfaces que devem ser executadas para que a história se desenrole: corridas, tiroteios, roubos a bancos, enigmas etc. Porém, o gênero comercial que o mesmo carrega não expressa a individualidade de suas interfaces e, talvez, uma forma de caracterizá-lo seria aproximá-lo de um gênero cinematográfico: o policial.

Com o exposto até o momento, podemos perceber que um reposicionamento dos conceitos que derivam da narratologia e da ludologia pode cercar um considerável montante dos problemas tipológicos dos *games*. Entretanto, devemos lembrar a existência de um fator que atravessa a ambos: a terceira e última dimensão que articula a narrativa dos *games*. Referida dimensão corresponde às técnicas do jogo que, atuando dentro da narrativa, a partir de seus limites e capacidades, irão desempenhar seu papel de maneira bastante peculiar, impondo ao gênero uma constante atualização de suas estratégias comunicacionais.

Nos estudos dos *games*, o conceito de estatuto tecnológico não pode ser considerado como novidade, pois se trata da preocupação fundamental das ciências da informática no que tange aos jogos. Mas, infelizmente, no que diz respeito à comunicação, as técnicas que envolvem os *games* parecem ilustres desconhecidas e torna-se, no mínimo, curioso pensar que até mesmo nas grandes discussões acerca do papel que as tecnologias exercem sobre os processos midiáticos, considerar os *games* em termos de suas técnicas não seja algo comum.

Ora, se no cinema há uma crescente chamada de atenção em direção às técnicas digitais, no que se refere ao desempenho de um papel transformador da narrativa fílmica, nos *games* – mídia que nasce dentro da engenharia e da informática –, parece que elas não geram inquietações ou desconfianças de que nelas exista algo que possa nos auxiliar a compreender as relações tecnológicas inseridas em produtos midiáticos e suas narrativas.

A principal problemática da análise das narrativas dos *games* deve residir,

³⁴ Acessar: <http://www.rockstargames.com>

muito provavelmente, no fato de que o *videogame* nasce e se desenvolve de um diálogo tecnológico singular dentro dos meios de comunicação de massa. Em meios como o rádio, o jornal, a televisão ou cinema, a criação e desenvolvimento de produtos se dão com base em tecnologias mais ou menos estáveis. Em TV ou cinema, por exemplo, um roteirista trabalha a narrativa com o pensamento na possibilidade de sua realização técnica – possibilidades relativamente duradouras –, criando padrões e soluções narrativas mais marcadas no tempo e, apesar das melhorias técnicas em aparelhos de televisão ou em câmeras, essas narrativas não conseguem apresentar mudanças significativas.

Porém, no contexto dos *games*, uma nova geração de consoles e seus periféricos podem expandir radicalmente suas possibilidades narrativas. Assim, podemos perceber o fator tecnológico juntando-se ao fator criação. Ignorá-lo ou relegá-lo ao papel coadjuvante no processo significaria ignorar a natureza da produção dos *games*. Se no cinema uma nova tecnologia para captação e reprodução de áudio não afeta de maneira significativa – ou em nada – um determinado roteiro, nos *games* é possível que tal tecnologia seja aproveitada dentro da história como algo que auxilie na estruturação da narrativa e que possa propor *puzzles* elaborados a partir das singularidades de referida tecnologia.

Inúmeras são as formas através das quais as possibilidades contidas no estatuto tecnológico podem se manifestar dentro do ambiente de um *game*. Seja de *hardware* ou de *software*, cada incremento determina o que é possível em determinada plataforma e, a cada nova geração de *videogames*, esses incrementos podem se manifestar através de um aumento na capacidade de processamento, de portabilidade, de conectividade ou de interface. Isso representa gráficos mais refinados, um acréscimo de personagens “não-jogáveis” (NPC³⁵), um acréscimo das variáveis possíveis para cada personagem, um acréscimo do número de jogadores no mesmo ambiente ou no uso de periféricos de interação. Obviamente, essas incrementações de *hardware* têm pouca relação com as histórias contadas – um *shooter* continuará sendo um *shooter* com ou sem *mouses*, *mousepads* específicos ou *headsets*, por exemplo –; mas o fato do *gamer* ter disponível para uso uma outra tecnologia poderá afetar totalmente a maneira através da qual ele jogará um *game*,

³⁵ Do inglês *non-player character*, trata-se da personagem de qualquer jogo eletrônico que não pode ser controlada pelo *gamer*, mas está envolvida na narrativa e pode ter papel fundamental na mesma.

modificando sua narrativa e complementando o pensar e o desenvolver no *game* com mais uma variável.

A estruturação apresentada visa articular narratologia e ludologia – dois pontos importantes para atribuição de riqueza às discussões sobre *games* –, superar uma dicotomia teórica – *extra game* – instalada, historicamente, como linha divisória metodológica que impede contatos entre ambas e articular tais dimensões com uma terceira: a base tecnológica da qual se constroem os *games* que atuarão de maneira fundamental na relação gênero narrativo/interface.

3.6 Neo-Narrativas=interação

As novas narrativas também são caracterizadas por questões inseridas no universo dos *videogames* – a relação entre ludologia e narratologia – e a possibilidade de uma participação mais ativa do indivíduo aos produtos midiáticos e suas histórias. Por isso, nesse momento de nosso trabalho, daremos atenção ao termo interação, pois reconhecemos que articular tal conceito para os estudos da comunicação mediada por computador e para as áreas que lidam com a questão da interação homem/máquina e homem/homem via computador é de fundamental importância. Mas, sabemos, que referido conceito fica sujeito a receber definições diversas na medida em que dependem diretamente da especificidade das interfaces a serem estudadas e/ou pesquisadas.

Tanto em contextos leigos quanto em contextos técnico-científicos, tem-se compreendido que a simples existência de ícones clicáveis e textos fragmentados ligados por palavras-chave ou imagens faz de determinados produtos exemplo do que seria interatividade.

No entanto, pode-se dizer que interfaces que permitam ao indivíduo apontar e clicar, produtos da TV, em que o indivíduo possa votar em determinadas opções – por telefone, internet ou mensagem de texto via celular –, salas de cinema equipadas com cadeiras móveis ou algum tipo de óculos e *videogames* e suas ações – até agora³⁶ – proporcionadas por *joysticks* sejam exemplos definitivos e rígidos do que pode vir a ser interatividade?

Para autores como Machado e Williams, esses são exemplos de *reatividade*,

³⁶ Lembrar do *Kinect*, periférico com sensor de movimentos e reconhecimento de voz que poderá ganhar outros usos além daqueles para se jogar *videogame*.

pois ao indivíduo só restaria reagir a estímulos definidos e correspondentes às respostas permitidas a ele (MACHADO, 1990). Todavia, isso não quer dizer que os exemplos acima citados não sejam exemplos de interatividade. Eles, com certeza, podem ser caracterizados como interativos e representantes de níveis diferenciados de interatividade.

3.7 Interatividade nas mediações computacionais

Para Lemos (1997), o que se compreende, atualmente, por interatividade é apenas uma nova forma de interação eletrônico-digital proporcionada por novas mídias. O autor, ao não discutir a interação social, delimita o estudo da interatividade como uma ação dialógica entre homem e técnica. O que ele chama de “interação homem-técnica” é uma atividade técnico-social, que sempre esteve presente na civilização humana. Mas, por outro lado, o autor pensa que hoje, com as tecnologias digitais, o que se pode ver não é a criação da interatividade em essência, mas de processos com base em manipulações de informações binárias – processos matemáticos.

Para ilustrar referido ponto de vista, Lemos (1997) recorre à analogia da imagem do trânsito em uma cidade. Para ele, o fluxo dos automóveis depende de um sistema interativo, participativo, auto-organizante. O motorista experimenta dois tipos de interação nesse sistema: uma interação com a máquina – analógico-eleto-mecânica – e outra com os motoristas – interação social.

Em suas discussões sobre interatividade e meios de comunicação, com base na evolução tecnológica da TV, o autor sugere uma classificação em cinco níveis de interação entre o indivíduo e o aparato:

1. **interação de nível zero** – a televisão dispõe de dois ou três canais em preto e branco e a ação se resume a ligar/desligar, trocar de um canal para outro e regular o brilho, contraste e o volume;
2. **interação de nível um** – a televisão dispõe de mais canais coloridos e um controle remoto. Para o autor o *zapping* seria uma espécie de antecessor da navegação na *Word Wide Web* como conhecemos. Ele facilitaria o controle do telespectador sobre o aparelho; mas, em contrapartida, o prenderia ainda mais ao meio;

3. **interação de nível dois** – equipamentos como videocassetes, *handcams*, *videogames* e outros se acoplam à televisão. Novas tecnologias são disponibilizadas ao telespectador para que ele aproprie-se do objeto televisão. A partir desse momento, ele pode, também, ver vídeos, jogar e gravar as emissões e vê-las ou revê-las quando desejar;
4. **interação de nível três** – de características já digitais, oferece ao telespectador a possibilidade de interferência no conteúdo, a partir de telefones, fax ou *e-mail*. Podemos citar como exemplo, programas que dão algumas opções ao telespectador para que seu desfecho seja dado através de uma votação – *Você Decide*, *American Idol* ou *Big Brother*. Atualmente, temos as *webcams* que, quando colocadas em uso em determinados programas televisivos, potencializam a sensação de interferência do telespectador; dão uma sensação de pertencimento ao contexto;
5. **interação de nível quatro** – estaria relacionada à televisão interativa digital, um *mix* de televisão mais internet, no qual o indivíduo altera totalmente sua condição outrora passiva e passa a contar com a possibilidade da participação ativa sobre conteúdo a partir da rede telemática em tempo real, selecionando ângulos, diferentes encaminhamentos das informações, adquirindo bens de consumo que o(s) indivíduo(s), na tela, está(ão) usando e até mesmo adquirir os bens disponibilizados em cenários, com informações sobre eles atualizadas constantemente na tela etc. Mais ainda, assim como na internet, é dada a possibilidade de produção de conteúdos e a difusão desses produtos, por meio dessa nova televisão, a NeoTV.

Para finalizar seu ponto de vista sobre o assunto, Lemos conclui que a interatividade situa-se em três níveis não excludentes: o técnico “analógico-mecânico”, o técnico “eletrônico-digital” e a interação (social). Nesse sentido, a interatividade digital seria algo como uma relação *tecnossocial*, um diálogo – entre homens e máquinas –, em tempo real, localizado em interfaces gráficas como *background* de negociação. Para o autor, a relação passaria a ser ativa e permitiria inclusive a relação entre máquinas inteligentes sem a mediação de humanos. Mas, se uma máquina funciona ou opera de acordo com uma programação pré-determinada, a classificação de Lemos gera uma dúvida: Como um diálogo de fato

pode ser gerado, tendo em vista que a relação, pelas características da programação, restringiria o indivíduo a agir nos parâmetros determinados pela máquina? Não seria, ainda, uma forma de passividade ou reatividade?

De acordo com Steur, interatividade é “a extensão em que os usuários podem participar modificando a forma e o conteúdo do ambiente mediado em tempo real” (STEUR, 1993, p.1). Para ele, a interatividade é direcionada pelo estímulo e determinada pela estrutura tecnológica do meio.

Reconhecendo a importância que a definição de interatividade tem para a pesquisa em interação homem/computador, o autor logo afirma que questões como autonomia e interação, em *telepresença*, dizem respeito ao controle do indivíduo de sua relação com o ambiente e apresenta três fatores que contribuem para a interatividade:

1. **velocidade** – taxa com que um *input* pode ser assimilado pelo ambiente mediado;
2. **amplitude** (*range*) – número de possibilidades de ação em cada momento;
3. **mapeamento** – habilidade do sistema em mapear seus controles frente às modificações no ambiente mediado de forma natural e previsível.

A instantaneidade – fator dependente da velocidade de resposta do sistema – é de extrema importância para a elaboração de ambientes mediados interativos, pois a interação, em tempo real, caracteriza o mais alto valor dessa variável, cuja ação do indivíduo altera de forma instantânea o ambiente. O nível de interatividade varia de meio para meio e em relação a sua velocidade. A amplitude se refere à quantidade de modificações que podem ter efeito no ambiente e quanto maior o número de parâmetros que podem ser alterados, maior a amplitude de interatividade do meio. O que pode ser alterado depende das características do meio, mas inclui pontos como:

1. **ordenamento temporal** – ordem em que os eventos acontecem;
2. **organização espacial** – onde os objetos aparecem;
3. **intensidade** – volume do som, brilho e textura das imagens etc.;
4. **características de frequência** – timbre, cor, etc.

O mapeamento se refere aos modos com que as ações humanas são conectadas às ações no ambiente mediado. Ele pode ir de um extremo arbitrário – como digitar comandos decorados no *prompt* do DOS, a fim de executar certas funções – a outro extremo natural – como pilotar um F1 em um *videogame*, a partir de um *joystick* em forma de direção. Nesse sentido, para tornar a utilização dos sistemas mais natural e confortável, metáforas são criadas e utilizadas em interfaces. Podemos citar como exemplo clássico de metáfora, o *desktop* – área de trabalho – dos sistemas operacionais – Windows, MacOS, Linux e outros. No intuito de tornar o fator mapeamento cada vez mais natural, novos controles – *joysticks* vibratórios, reconhecimento de voz, luvas sensíveis, etc – vêm sendo desenvolvidos. Aqui podemos lembrar novamente do lançamento do *Kinect*, na E3³⁷ 2009, como possível criador de uma nova revolução no universo dos *games* e nos modos de interação com o *videogame*.

Primo chama a atenção para o fato das discussões tecnicistas acabarem por se tornar insuficientes no que tange aos estudos da interação mediada por computador em contextos que vão além da mera transmissão de informações e diz que

Reduzir a interação a aspectos meramente tecnológicos, em qualquer situação interativa, é desprezar a complexidade do processo de interação mediada. É fechar os olhos para o que há além do computador. Seria como jogar futebol olhando apenas para a bola, ou seja, é preciso que se estude não apenas a interação com o computador, mas também a interação através da máquina. (PRIMO, 2007, p. 30)

Segundo Lippman³⁸, o termo interatividade pode ser definido como “atividade mútua e simultânea da parte dos ambos os participantes, normalmente trabalhando em prol de um objetivo, mas não necessariamente” (LIPPMAN apud Brand, 1988, p.46). Quando Lippman se refere aos participantes, quer dizer que um deles é o computador – no nosso caso, o *videogame*. Para o autor, um sistema ganha a denominação de interativo quando as seguintes características estão presentes:

- **interruptibilidade** – capacidade de cada um dos participantes para interromper o processo. No processo interativo – mútuo e simultâneo – cada

³⁷ A *Electronic Entertainment Expo* é considerada a maior feira internacional de jogos eletrônicos do mundo e ocorre anualmente no Centro de Convenções de Los Angeles - EUA. Acessar: <http://www.e3expo.com>

³⁸ Sociofundador do *MIT Media Lab*. Acessar: <http://www.media.mit.edu>

participante deve ter a possibilidade de atuar quando bem entender;

- **granularidade** – menor elemento após o qual se pode interromper. Pode ser uma palavra, um som, uma cena etc. Tais circunstâncias devem ser consideradas para que o *gamer* não acredite que o sistema esteja “travado”;
- **degradação graciosa** – instância do sistema não ter a resposta para uma indagação ou ação, como um travamento, por exemplo. Assim como Lippman, podemos chamar a atenção para a questão inserida na dificuldade de se programar todos os tipos de indagações ou ações possíveis dentro de um *game*. Assim, um *game*, por exemplo, deve oferecer a característica de *previsão limitada*, onde não é preciso prever todas as possíveis ocorrências. Ou seja, se algo não previsto ocorrer, na interação, o *game* ainda tem condições de responder ao *gamer*. Essa característica – no caso dos computadores/*videogames* – deve dar a impressão de um banco de dados infinito, de infinitas opções de ação.
- **não-default** – o sistema não deve forçar uma direção a ser seguida por seus participantes. A inexistência de um padrão pré-determinado dá liberdade aos participantes. Em *games* seria o mesmo que possibilitar ao *gamer* passear livremente pelos cenários. Percebemos essa característica em *games* como *Resident Evil*, *Beyond Good and Evil* e *Silent Hill*³⁹ entre muitos outros.

Ainda que mantendo a forma reativa, talvez a discussão de Lippman possa ser entendida como característica de excelência em interação mediada. Mas, mesmo que grande parte dos estudos de interação através ou com o computador enfatize a capacidade da máquina, deixando os seres humanos e as relações sociais como coadjuvantes e mesmo que tenhamos o conhecimento de que o interagente humano não é mero disparador de programas, a proposta deste trabalho permanece no contexto homem/máquina, pois neste momento o que se pretende, a partir de algumas adaptações, é apontar as relações de envolvimento do indivíduo com o *videogame* do ponto de vista dos autores aqui citados.

Aproveitando o ensejo, vimos concordar com Sims (1997) que a interatividade deveria ser mais do que “apontar e clicar”. Nos *videogames*, sabemos que ela é – ou pode vir a ser – muito mais do que isso. Para ele, implementar a interatividade é

³⁹ Games para o console Playstation 2 da Sony.

uma arte, pois exige a compreensão das amplitudes de níveis e demandas, incluindo ao entendimento do *gamer*⁴⁰, uma apreciação das capacidades dos *softwares* e a aplicação de interfaces gráficas adequadas, por exemplo. O autor entende que interatividade deve ser descrita como uma atividade entre dois organismos, com um aplicativo informático que envolve o indivíduo em um diálogo verdadeiro, fazendo emergir uma interação de qualidade.

Na perspectiva *interacionista* de Jean Piaget, de grande importância na compreensão da cognição humana, pode-se perceber a valorização dada por ele à interação entre indivíduo e objeto. Assim, a aplicação de sua teoria interessa particularmente ao estudo contemporâneo da interatividade – e da educação – e comunicação mediada por computador. Para Piaget (1996), nenhum conhecimento é uma simples cópia do real e, tampouco se encontra determinado pela mente do indivíduo. Trata-se de um produto da interação entre ambos – indivíduo e objeto. Assim, o conhecimento seria construído interativamente entre ambos.

Os conhecimentos não partem, com efeito, nem do sujeito (conhecimento somático ou introspecção) nem do objeto (pois a própria percepção contém uma parte considerável de organização), mas das interações entre sujeito e objeto, e de interações inicialmente provocadas pelas atividades espontâneas do organismo tanto quanto pelos estímulos externos. (PIAGET, 1996, p. 39)

Com base na proposta construtivista interacionista do autor, pode-se dizer que na medida em que o indivíduo age e sofre a ação do objeto – no nosso caso, a ação do *videogame* –, desenvolve sua capacidade de conhecer, enquanto produz o próprio conhecimento.

Porém, vale lembrar que a interação não pode ser vista como um processo de mão única (FRANCO, 1995, p. 28) e, se o conhecimento é fruto dessa relação – interação – e a mesma nunca é unidirecional, tomemos uma relação de amizade como exemplo. José não seria amigo de João sem que João fosse amigo de José. A amizade está embasada na reciprocidade. Assim, a amizade não está nem em José, nem em João, mas na relação existente entre ambos e, a partir desse exemplo, podemos compreender que o conhecimento só emerge na medida em que o indivíduo age sobre o objeto e sofre a ação deste. Então, conhecer não seria

⁴⁰ A palavra “aluno” foi substituída por “*gamer*” por considerarmos que a mesma adequa-se melhor à proposta deste trabalho. Em seus estudos, Roderick Sims refere-se ao aluno em ambientes educativos mediados por computador.

assimilar o objeto, nem afirmar o indivíduo. Seria, na verdade, a combinação dos dois processos.

A *equilibração* implica em um processo que vai de determinados estados de equilíbrio aproximado para outros, distintos qualitativamente, que passam por muitos processos de desequilíbrios e *reequilíbrios*. Para Piaget (1977), as “reequilibrações” mais significativas são aquelas que formam, além de um novo equilíbrio, um equilíbrio melhorado, dinâmico e não-estático.

Todo equilíbrio cognitivo se compõe por dois processos básicos:

1. **assimilação** – incorporação de um elemento exterior (um *videogame*, um acontecimento etc.) num esquema *sensorimotor* ou conceitual do indivíduo;
2. **acomodação** – necessidade em que a assimilação se encontra de considerar as particularidades próprias dos elementos a assimilar.

Piaget elabora duas hipóteses gerais, a partir desses dois processos, descritas a seguir,

Primeiro postulado: Qualquer esquema de assimilação tende para se alimentar, quer dizer para incorporar a si próprio os elementos que lhe são exteriores e são compatíveis com sua natureza. [...]

Segundo postulado: Qualquer esquema de assimilação é obrigado a acomodar os elementos que assimila, isto é, tem de modificar-se em função das suas particularidades, mas sem com isso perder a sua continuidade (por conseguinte, o seu fecho como ciclo de processos interdependentes), nem seus poderes de assimilação anteriores. (PIAGET, 1977, p. 18)

Nesse sentido, se levarmos em consideração a interação entre indivíduos e objetos – no caso deste trabalho, o *videogame* –, as três formas de equilibração podem ser descritas da seguinte maneira:

1. Existe a assimilação desses objetos aos esquemas de ações e a acomodação dos esquemas aos objetos. Percebe-se uma conservação e implicação mútua, pois o objeto é necessário para a ação e os esquemas de assimilação transformam o objeto através da ação;
2. Trata-se da equilibração que sucede das interações entre os subsistemas;
3. Consideração do equilíbrio progressivo unificador dos subsistemas à totalidade que os engloba, através das relações de diferenciação e de integração.

No contexto dos *videogames*, vale atentar que o processo de interação implica em dar continuidade à narrativa, jamais retornando ao momento anterior, pois sempre haverá uma inevitável diferenciação do processo em termos qualitativos.

Os *videogames* de gerações mais atuais, mesmo que ainda caracterizem uma interação homem/máquina, ação/reação, de programação pré-determinada no código, podem propiciar ao *gamer* um tipo de interação mais qualitativa do que a interação de outrora limitada pelas técnicas e pela não existência de fatores que hoje possibilitam um maior envolvimento com o *game*, como personagens e narrativas, por exemplo.

3.8 Interação mútua, interação reativa e a multi-interação

O que seria interativo e o que seria reativo?

Machado (1990), discutindo Williams, chama a atenção para a necessidade de distinção entre os sistemas interativos daqueles reativos. Um sistema interativo deveria propiciar autonomia total ao espectador – Primo diz que esse não seria o melhor termo para ser usado no caso da TV interativa –, enquanto os reativos trabalhariam com a pré-determinação de escolhas.

Boa parte dos equipamentos hoje experimentados ou já comercializados como interativos são, na verdade, apenas reativos. Os *videogames*, por exemplo, solicitam a resposta do jogador/espectador (resposta inteligente em alguns casos; resposta mecânica na maioria dos outros), mas sempre dentro de parâmetros que são as “regras do jogo” estabelecidas pelas variáveis do programa. Isso quer dizer que nas tecnologias reativas não há lugar propriamente a *respostas* no verdadeiro sentido do termo, mas a simples escolhas entre um conjunto de alternativas preestabelecidas (MACHADO, 1990, p. 26).

Como podemos perceber, para Williams, a interatividade deveria envolver a possibilidade de resposta autônoma e criativa da audiência. Assim, chegar-se-ia a um estágio onde termos como *emissor* e *receptor* poderiam ser substituídos por “agentes *intercomunicadores*”, ou seja, ativos enquanto se comunicam em um diálogo não restrito às possibilidades reativas planejadas *a priori*. Com base nesse ponto de vista, uma relação reativa não poderia ser interativa, pois seria demasiadamente determinística, de liberdade cerceada.

Por outro lado, para Fischer (1987), que coloca *interação*, *relação* e

comunicação como sinônimos em seus estudos, poderíamos supor a relação reativa como um tipo de interação. Sem adentrar as discussões de Jean Baudrillard⁴¹ e Lucien Sfez⁴² sobre as questões da interatividade como argumento de venda, cabe concordar que, de fato, esta é a abordagem da indústria e do público, em geral, aos sistemas reativos. Porém, não se pode admitir tais exemplos mercadológicos como exemplos fundamentais de interação, mas como um tipo limitado de interação.

A pragmática de Fischer nos atenta que além de analisarmos os *interagentes* é preciso valorizar a relação existente entre eles e que em referida relação, constituída de três elementos inter-relacionados – os participantes, a relação e o contexto –, a valorização isolada de um ou outro elemento desqualifica o entendimento do processo e, conseqüentemente, prejudica a criação de ambientes interativos a serem mediados por computador.

Nesse momento, podem ser sugeridos dois tipos de interação: a interação mútua e a interação reativa (PRIMO, 2007). Como já fora dito, este trabalho está focado na segunda, na qual está inserido o *videogame*. De qualquer maneira, ambos os tipos de interação serão discutidos através das dimensões que se seguem.

1. **sistema:** conjunto de objetos ou entidades que se inter-relacionam entre si formando um todo.

A interação mútua se caracteriza como um sistema aberto, de elementos interdependentes. Quando um deles é afetado, o sistema se modifica e o contexto oferece influência ao sistema, em razão das constantes trocas entre os elementos. Dessa maneira, tais sistemas voltam-se para a evolução e para o desenvolvimento, cujos resultados podem ser alcançados de múltiplas formas, independente de situação inicial do sistema – princípio da *equifinalidade*⁴³.

A interação reativa se caracteriza como um sistema fechado, de relações lineares e unilaterais, onde o reagente tem pouca ou nenhuma condição de alterar o agente. Esse sistema não percebe o contexto e não pode reagir a ele. Por isso, não evolui. Os resultados só se produzem mediante situações

⁴¹ BAUDRILLARD, Jean. Tela total. Porto Alegre: Sulina, 1997.

⁴² SFEZ, Lucien. Crítica da comunicação. São Paulo: Loyola, 1994.

⁴³ Os sistemas abertos são caracterizados pelo princípio de equifinalidade: um sistema pode alcançar, por uma variedade de caminhos, o mesmo resultado final, partindo de diferentes condições iniciais. Na medida em que os sistemas abertos desenvolvem mecanismos regulatórios (homeostase) para regular suas operações, a quantidade de equifinalidade é reduzida.

previamente planejadas – programadas no código – e uma situação não prevista, pode não produzir nenhum resultado. Nesses sistemas não se apresenta o princípio da equifinalidade.

2. **processo:** acontecimentos que apresentam mudanças no tempo.

Na interação mútua, o processo se dá por meio da negociação. O relacionamento evolui a partir desses processos, nos quais os resultados gerados não podem ser previstos e cada agente é uma multiplicidade em evolução.

Na interação reativa, o processo se resume ao estímulo-resposta. Tem seu funcionamento embasado na relação de certo estímulo e de determinada resposta, ou seja, em uma espécie de previsibilidade programada.

3. **operação:** produção de um trabalho ou a relação entre a ação e a transformação.

A interação mútua acontece por meio de ações interdependentes. Cada agente influencia o comportamento do outro e tem o seu comportamento influenciado e, a cada evento comunicativo, a relação se transforma.

A interação mútua acontece, naturalmente, através da ação e reação. Assim que a hierarquia é estabelecida, ela se repete em cada interação. O *gamer* pode apenas intervir na sequência dos possíveis arregimentados na programação.

4. **throughput:** acontecimento entre uma ação e outra, ou entre uma ação e uma reação – entre um *input* e um *output*.

Na interação mútua, cada mensagem recebida, de um interagente ou do contexto, é decodificada e interpretada, podendo gerar uma nova codificação, em que cada interpretação surge do confronto: mensagem recebida *versus* complexidade cognitiva do interagente.

Na interação reativa, os processos de decodificação e codificação ligam-se pela programação. São resultados de um reflexo ou automatismo. O computador reage aos estímulos dos periféricos que possui – um sinal emitido via *joystick* gerando uma reação determinada pelo código do *game* –, onde não existe uma seleção inteligente por parte da máquina. Existe somente uma pseudo-interpretação pré-determinada. Se uma relação não é pressuposta, nada acontece ou um erro pode ocorrer e o sistema vir a

“travar”. O computador não opera com significações, apenas com possibilidades abstratas.

5. **fluxo:** curso ou sequência da relação.

Nas interações mútuas, o fluxo é dinâmico e em desenvolvimento. Nas interações reativas, o fluxo é linear e pré-determinado. Não estamos nos referindo a estrutura da narrativa de um *game*, mas sim, ao fluxo das informações. Nesse caso, existe uma sequência definida dos acontecimentos.

6. **relação:** encontro, conexão, trocas entre elementos ou sub-sistemas.

Na interação mútua temos uma construção negociada, emergente e definida durante o processo, enquanto que na interação reativa temos uma construção causal – um processo é causado pelo outro. Assim, os sistemas mútuos se baseiam no relativismo e os sistemas reativos se baseiam no *objetivismo*.

7. **interface:** superfície de contato, agenciamentos de articulação, interpretação e tradução.

Sugere-se que os sistemas interativos mútuos se *interfaceiam*, virtualmente, – complexo problemático –, onde cada interagente pode se voltar contra os roteiros e modificar o andamento em curso. Nesse tipo de interface, cria-se o cenário para a *problematização*, um ambiente onde acontecerão diversificadas atualizações.

Por outro lado, sugere-se que os sistemas reativos apresentam uma interface de potenciais – conjunto de possíveis –, onde o agente – programador – determina os roteiros e indica as possibilidades ao reagente – *gamer*. Nesse tipo de interface, o *gamer* transita pelo pré-testado, dispara o inevitável e contenta-se com a potencialização do real ou do imaginário⁴⁴.

A fim de se evitar um ponto de vista, demasiadamente, rígido, deve-se dizer que tais dimensões não são absolutas nem excludentes e, sobretudo, não existe nelas uma relação do tipo inflexível e imutável. Se necessário, é perfeitamente permitido que outras sejam agregadas a elas.

⁴⁴ Este seria, talvez, o grande diferencial dos *videogames*. Os programadores podem – através das técnicas digitais – transcender a barreira da abstração e transpor algo que outrora transitava apenas no imaginário para um suporte jogável como o *videogame*, por exemplo.

Primo (2007) nos alerta que para que se faça uma boa compreensão de referida tipologia é preciso lembrar que a comunicação não se dá através deste ou daquele canal apenas, e sugere que pensemos em algo como uma *multi-interação*, no sentido de interações simultaneamente variadas. No âmbito das interações mútuas, elas podem ocorrer através da fala, gestos, sons, cheiros etc. No âmbito das interações reativas, no ato jogar um *videogame*, ao mesmo tempo em que o indivíduo interage com a interface do *software* do *game* e com o *joystick*, também pode interagir com outra(s) pessoa(s), se esta(s) estiver(em) presente(s) no mesmo ambiente físico. Dessa maneira, podemos perceber que tanto interações mútuas quanto reativas se estabelecem de forma simultânea nesse contexto.

Apesar de o conceito interação ser bastante controverso, diante da utilização dada pela indústria de massa de um lado, e por autores teóricos em outro, reforçamos o enfoque na relação entre homem e máquina.

Meios comunicacionais como os *videogames* podem ser caracterizados como reativos, pois todo seu conteúdo está programado, pré-estabelecido, fechado e, mesmo que determinado *game* dê a sensação de “liberdade” ao *gamer*, todas as possibilidades foram previstas pelo programador – agente – no ato de produção do mesmo. Porém, conforme podemos perceber, referida relação é um tipo de interação que pode variar qualitativamente de acordo com fatores como a capacidade cognitiva do *gamer*, o contexto em que se está a jogar determinado *game*, uma programação bem elaborada do produto etc. E podemos perceber, ainda, que o *gamer*, ao estar em um ambiente como uma sala, onde estão contidos o *videogame* e mais alguns *gamers* ou não-*gamers*, há a possibilidade de transitar entre a interação mútua e a interação reativa, não estando necessariamente “preso” a uma ou outra. O *videogame* pode assumir o papel de “ponte” nesse trânsito e permitir que, mesmo através da máquina, uma interação social de qualidade possa ocorrer entre seres humanos.

Nesse capítulo, tentamos inserir os jogos eletrônicos na tradição cultural do ser humano, apontando como, ao longo da construção do patrimônio artístico, filosófico e científico da civilização humana, os homens nunca abandonaram uma das manifestações essenciais do seu instinto vital, o jogar. Huizinga coloca lado a lado o *Homo sapiens*, o *Homo faber* e o *Homo ludens*, indicando que essas três facetas humanas completam o seu modo de atuar no mundo. Assim, como um dos

resultados do desenvolvimento científico e artístico da sociedade do século passado, surge um novo tipo de jogo, o eletrônico, que abre um universo virtual que amplia as fronteiras da experiência lúdica.

Não estamos falando de um passado distante. Tudo começou há pouco mais de cinquenta anos e, nesse espaço de tempo, mudanças bastante significativas ocorreram no universo dos *videogames*. De antigos *games* como *Pong* ou *Pacman*, caracterizados por um comportamento artificial muito simplista, representado, na maioria das vezes, por apenas duas cores – branco e preto – e cujos timbres sonoros são frutos de apenas uma sequência, chega-se aos *games* atuais, com comportamento artificial altamente sofisticado, imagens fixadas por uma gama de cores variadas e um padrão de timbres e formas variadas de sonoridade.

O surgimento de novos aparelhos e *games* a cada ano é inevitável. O mundo mágico do *videogame*, que proporciona tanta alegria a bilhões de *gamers* no mundo inteiro, continuará seu processo evolutivo para garantir uma constante revitalização da atividade do jogo, pois o ato de jogar nunca irá desaparecer, principalmente se tratando de um jogar saudável, irresistível, às vezes, impressionante; às vezes, aterrorizante, impulsivo, eclético, prazeroso, engraçado e, às vezes, difícil, de luta acirrada e emocionante. Justamente como a vida deve ser.

4 DEF JAM: FIGHT FOR NEW YORK

Este capítulo tem como proposta analisar o *game* de ação *Def Jam: Fight For New York*⁴⁵ como produto cultural do meio audiovisual do século XXI. Para tanto, abordaremos alguns pontos, em específico, como o discurso inserido em sua narrativa, seu contexto social e sua ideologia, pontos indispensáveis para o desenvolvimento e distribuição desse referido produto midiático, bem como questões de identificação do público potencial em relação às diversidades contidas no *game* DJFFNY.

Desenvolvido pela *Aki Corporation*⁴⁶/*EA Canadá*⁴⁷ e lançado pela *Electronic Arts*⁴⁸, no ano de 2004, observamos, nesse premiado⁴⁹ *game* de ação, a presença de representações em 3D de vários artistas do *hip-hop*⁵⁰, atores e celebridades, da época, lutando pelo controle do *underground* nova-iorquino. Nesse cenário, podemos identificar uma narrativa dotada de uma estrutura clássica cinematográfica hollywoodiana – com começo, meio e fim –, a chamada decupagem clássica hollywoodiana, bastante comum, nesse tipo de produto, levando-se em consideração que um jogo, independente de sua natureza, deve ter um final.

Para tentar ilustrar sua trama, a fim de não cansar o leitor, podemos dizer que em DJFFNY, o *gamer*, através da concepção de seu avatar, na forma de um suspeito em uma espécie de retrato falado à polícia, passa a integrar a “gangue boa” – se é que existe tal gangue –; luta para conquistar dinheiro, prestígio e destaque nas ruas; chama a atenção de uma garota de modo positivo e a atenção de rivais de modo negativo; vê-se inserido em um esquema de traições, tem sua garota raptada e deve resgatá-la, vencendo seus oponentes para que, no fim, após ter superado os obstáculos propostos pela narrativa do *game*, todos os integrantes da gangue que o *gamer* está inserido sejam felizes para sempre ou, pelo menos, até o próximo episódio da franquia.

A partir das figuras apresentadas, a seguir, poderemos ter uma noção da

⁴⁵ Acessar: <http://www.ea.com/official/defjam/fightforny/us/home.jsp>

⁴⁶ Em 01 de Abril de 2007 a Aki Corporation mudou seu nome para Syn Shopia, Inc. - <http://www.synshopia.co.jp/> -, mas a divisão americana ainda se chama Aki USA.

⁴⁷ Acessar: <http://eacanada.ea.com/>

⁴⁸ Acessar: <http://www.ea.com>

⁴⁹ Def Jam: Fight for New York foi eleito o melhor game de luta de 2004 pelo *Game Critics Awards* da E3. Acessar: <http://www.gamecriticsawards.com>

⁵⁰ O termo *hip-hop* significa, em uma tradução literal, movimentar os quadris e saltar (*to hop to hip*, em inglês), e surgiu no final dos anos 60 em Nova Iorque.

mecânica de construção do avatar em *Def Jam: Fight For New York*.



Fig. 1: Pré-definição ou personalização



Fig. 2: Estrutura corpórea



Fig. 3: Formato e cor da face



Fig. 4: Formato e cor dos olhos



Fig. 5: Formato das sobrancelhas



Fig. 6: Formato do nariz



Fig. 7: Formato dos lábios



Fig. 8: Formato das orelhas



Fig. 9: Formato e cor do cabelo e barba



Fig. 10: Finalização do avatar

Com base nas 10 figuras expostas, acima, podemos perceber que os programadores de DJFFNY fornecem, ao *gamer*, algumas opções pré-definidas e um número de combinações de *shapes* e cores que, mesmo limitadas no código, podem oferecer uma considerável diversificação de finalizações para seu avatar. Conforme o *gamer* avançar, na narrativa de DJFFNY, seu avatar terá a possibilidade de tornar-se mais *personalizável*.

Cabe esclarecer, neste momento, que o modelo, apresentado acima, foi desenvolvido à semelhança do autor deste trabalho, apenas com o intuito de ilustrar o processo de construção do avatar em DJFFNY. Outros *gamers* o teriam feito de outra(s) maneira(s), pois o *software* do *game* assim o permite e, pelo fato de que cada indivíduo teve uma construção única de valores, que será exteriorizada das mais variadas formas.

Talvez, esse seja o grande diferencial de DJFFNY em relação a outros *games* da época. O *gamer* pode, dentro das opções oferecidas e de acordo com suas opções estéticas, construir seu avatar à sua semelhança, pode construí-lo à

semelhança de um ideal ou pode, ainda, construí-lo conforme comandar o limite da sua imaginação, dando-lhe as características que bem desejar.

4.1 O avatar e a personagem

Nesse momento de nosso trabalho, julgamos oportuno que se façam alguns esclarecimentos sobre o que definiria um avatar e uma personagem, entidades contidas em nosso objeto de estudo.

Como vimos, anteriormente, a “Revolução de Miyamoto” possibilitou que novas formas de contar histórias pudessem surgir, no mundo dos *games*, tornando-os mais envolventes. Ao contrário de outrora e, com a melhora na tecnologia dos *pixels*, os *gamers* teriam oportunidades igualitárias de imersão satisfatórias, proporcionadas pela condição de avatar. Mas, o que, afinal, seria um avatar, na prática?

De acordo com Nogueira (2008), o discurso corrente tende a padronizar tanto os agentes das narrativas fílmicas quanto os agentes dos *videogames* como *personagens*. O autor sugere que seja feita uma distinção terminológica entre os tipos de entidades com base nos períodos anterior e posterior aos *videogames*.

Até o advento dos *videogames*, havia o que o autor chama de consenso na definição do que viria a ser uma personagem; mas que, após as entidades que são, normalmente, denominadas de *personagens* passaram a ser detentoras de características substancialmente diferenciadas das que caracterizam as personagens de narrativas convencionais. Nogueira diz que

O avatar ganha uma particular importância no estudo das figuras da subjetividade precisamente na medida em que representa [...] o sujeito na sua máxima abstração: um avatar é uma entidade desenhada para o cumprimento de uma ação ou um conjunto de ações específico, através da sua manipulação pelo jogador. (NOGUEIRA, 2008, p. 203)

Com base no autor, pode-se dizer que a possibilidade/necessidade do *gamer* fazer tais intervenções – manipular o avatar – é a principal característica que diferencia o avatar das outras representações do sujeito, principalmente da personagem.

Sendo assim, podemos apresentar a distinção terminológica proposta por Nogueira entre avatar e personagem. Para ele, designa-se avatar “a entidade que

em qualquer jogo tecnologicamente mediado permite ao sujeito intervir no universo do mesmo e influenciar o decurso dos eventos lúdicos”; e designa-se personagem “uma representação do sujeito com que o espectador pode se identificar no interior de uma narrativa (ou de um jogo) e cujas ações são independentes da vontade e da intervenção do sujeito”. (NOGUEIRA, 2008, p. 204)

Vale atentar que tal distinção não deve ser vista de maneira rígida. Ou seja, não se deve pensar que uma personagem não possa se transformar em um avatar ou vice-versa. O que o autor pretende pontuar é que, quando uma entidade funciona como avatar, não funciona como personagem, pois o primeiro reivindica a intervenção e o segundo implica a contemplação.

No caso de possíveis questionamentos acerca da existência das entidades – avatar e personagem – em ambos os produtos simultaneamente – *videogames* e narrativas fílmicas –, pode-se argumentar que, em *videogames*, o normal é a coexistência das entidades e que, em um filme, o normal é a existência apenas das personagens.

Em *videogames*, temos entidades que podem ser controladas pelo *gamer* – o avatar – e outras, controladas pela programação do computador, que reagem às ações do *gamer* – as personagens. Em narrativas fílmicas, as entidades ficam fora do controle do espectador (com exceção de produtos interativos, que exijam a intervenção e permitam ao espectador influenciar nos destinos das personagens – a exemplo dos *videogames*).

Nos jogos de faz-de-conta ou de *role-playing*, as categorias dessas entidades podem-se fundir ou confundir. Isso “acontece nas narrativas interativas, em que o destino das personagens é consequência da influência do espectador (e, neste caso, essas narrativas partilham características dos jogos)”. (NOGUEIRA, 2008, p. 205)

Sem a ação do *gamer*, a principal característica do avatar é a inércia. Ele seria uma espécie de marionete à espera de seu *puppetier*; uma extensão do *gamer* no contexto dos eventos lúdicos.

[...] No sistema textual lúdico, saber o que o avatar faz é saber o que o jogador consegue fazer com ele [...] o avatar é um meio que o jogador utiliza para atingir determinados fins [...] que pressupõe sempre a intervenção do jogador. Portanto, toda a responsabilidade sobre o desfecho – e, poderíamos dizer, sobre o comportamento do avatar – é imputada ao jogador e não ao avatar [...] Sem a intervenção do jogador, o avatar não

pode, ao contrário da personagem, ser avaliado. (NOGUEIRA, 2008, p. 206)

Assim, pode-se considerar que o avatar não possui uma vontade própria; que ele é sempre um reflexo da vontade do *gamer*. Ao contrário de uma personagem, que manifesta uma vontade alheia ao espectador ou ao *gamer* em produtos que possuam personagens.

Nogueira pontua que, apesar de ser passível de caracterização, o avatar não possui um caráter. Possui apenas atributos e não motivos, cuja existência de motivos seria aquilo que diferencia uma personagem ou uma pessoa de um avatar.

Com base no que foi descrito neste tópico, podemos dizer que o avatar depende da ação do *gamer* para existir e evoluir sua caracterização, enquanto que a personagem existe na narrativa e sua existência e caracterização em nada dependem do espectador.

Consideremos, por exemplo, um *game* em que não haja um avatar personalizável, como o avatar em *Def Jam: Fight For New York*. A personagem ganhará *status* de avatar, a partir do momento em que a mesma se torne *jogável* – demande uma ação. Nos períodos em que a entidade não demandar uma ação – geralmente nas introduções, *cut scenes* ou finais –, a entidade retornaria ao seu *status* original de personagem.

4.2 A produção do discurso

Antes de qualquer tentativa de reflexão, devemos lembrar que o *game Def Jam: Fight For New York* trata-se de um produto que, no atual sistema capitalista, precisa gerar lucro na indústria dos *games*. Questão que nos remete ao pensamento de Marx (1973), em que

O consumo produz a produção [...] Porque um produto só se torna um verdadeiro produto ao ser consumido. Por exemplo, uma roupa só se torna verdadeiramente uma roupa no ato de ser usada; [...] Assim, o produto, ao contrário de um simples objeto natural, só prova ser um produto, só se torna um produto através do consumo. (MARX apud WOLFF, 1982, p. 110)

Com base em Marx, DJFFNY trata-se de um produto que deve ser produzido e consumido no ritmo da modernidade globalizante e, para que isso ocorra, o realizador/desenvolvedor do *game* deve atuar como um “filtro cultural”. Em outras

palavras, ele deve eleger aspectos determinados do real a serem registrados, ou seja, escolher um determinado tratamento estético para esses registros e, assim, organizar, visualmente, os detalhes que compõem o assunto, a fim de explorar os recursos oferecidos pela tecnologia de que dispõe. Tudo isso com a intenção de representar os artistas do *hip-hop* e as celebridades contidas no *game* e suas ambientações – planos de fundo – ou o universo do *hip-hop* com a maior carga de realismo possível para atender às expectativas do público que irá consumi-lo. Sendo assim, o realizador/desenvolvedor registra, no discurso que produziu, a partir da representação que fez do real, sua visão de mundo, sua interpretação das questões retratadas em sua obra, sua ideologia e/ou dos grupos sociais aos quais faz parte e/ou representa.

Com o intuito de caracterizar o discurso do realizador/desenvolvedor do *game* DJFFNY, julgamos apropriado, nesse momento, fazer uma breve introdução⁵¹ à história do movimento do *hip-hop*, com base nas informações de Steven Hager (1984). Dessa maneira, não seria demais lembrar que o *hip-hop* é um movimento ambientado no final da década de 1960, na cidade de Nova Iorque, mais especificamente nos subúrbios. Esse movimento teve como agentes, em sua maioria, indivíduos negros e latinos. No fundo, tratava-se de uma ação de contracultura de caráter revolucionário, que visava lutar contra os conflitos sociais e a violência sofridos por esses grupos marginalizados da sociedade norte-americana. Muito, provavelmente, efeito do que Shohat e Stam (2006, p. 21) chamam de “eurocentrismo” que ali estava e – ainda – está presente. Esses indivíduos encontravam, nas ruas, um refúgio para o lazer e, geralmente, passavam a fazer parte integrante de um sistema opressor de gangues, as quais se confrontavam de forma violenta na luta pelo domínio territorial.

No geral, a violência do início do movimento cedeu lugar às manifestações artísticas como a música, a dança, a poesia e a pintura – grafite –, por exemplo, e as gangues e seus indivíduos encontraram, nessas formas de arte, uma maneira de canalizar seus discursos. Desse processo, nasceram as *Block Parties*, festas nas quais referidas formas de expressões urbanas tinham seu espaço garantido e as gangues podiam “guerrear” através de suas manifestações artísticas.

Todavia, dizer que o discurso do *hip-hop* visa, geralmente, difundir os ideais

⁵¹ O leitor poderá encontrar um histórico mais aprofundado no trabalho de Thífani Postali (2010). Checar referências.

dos grupos não-hegemônicos através das artes urbanas e, na atualidade, dizer que o movimento *hip-hop* é bastante representativo, principalmente, nos Estados Unidos e em vários outros lugares do planeta, por conta dos meios de comunicação de massa, é o mesmo que dizer que o céu é azul ou que a roda é redonda. Uma parcela considerável da população tem esse conhecimento. Mais ainda, aqueles que assistiram ou assistem aos canais de música disponíveis, tanto no sistema aberto quanto no fechado de transmissão, sem citar aqui os inúmeros meios que, repetidamente, demonstram seu poder influenciador ao longo das horas dos dias. Mas, conforme citado, anteriormente, se as práticas violentas, do início do movimento, cederam lugar às manifestações artísticas, os discursos e as transmissões de significados também se alteraram, em decorrência do olhar sempre atento do mercado.

De acordo com Isaac Epstein,

A transmissão de significados constitui o fluxo intersubjetivo pelo qual circula a cultura. A experiência vivida, o real sentido, percebido ou compreendido, o mundo do real ou do imaginário, das teorias científicas ou dos mitos, enfim, da vigília ou do sonho, é mediado de homem a homem por entes concretos capazes de impressionar nossos sentidos: os signos. Estes, porém, apontam para fora de si, são presenças que marcam ausências, e são precisamente estas ausências, ou seja, os “significados” destes signos, aquilo que constitui a seiva da cultura humana. (EPSTEIN, 1986, p. 21)

Dessa maneira, pode-se dizer que a produção do discurso contido em DJFFNY carregará os valores – a seiva da cultura de Epstein – do cenário do *hip-hop* norte-americano da época em questão, devidamente apropriado pela indústria cultural. Assim, muitas gírias, roupas e acessórios da moda e de grifes ditas importantes, carros caríssimos, tatuagens, músculos, *bling blings* em excesso, mulheres voluptuosas e muito *sex-appeal* serão alguns dos ingredientes que caracterizarão esse discurso e a ideologia dos indivíduos inseridos nesse contexto. Todos esses aspectos servem de *background* para que o *game* seja desenvolvido. No fundo, são esses recursos, tanto ideológicos quando tecnológicos, que garantem que esse produto da indústria cultural possa atingir de maneira satisfatória – do ponto de vista mercadológico – o público a que é destinado *à priori*.

4.3 A ideologia e o produto

Precisamos esclarecer, primeiramente, que nosso foco não está no conceito de ideologia de Marx e Engels, pois não é nossa intenção discuti-la, aqui, por meio de um ponto de vista de diferenças, de doutrinas e ideias pertencentes à abstração. Nesse sentido, nos identificamos com a noção de que as “ideologias não são somente posições políticas definidas através de lutas mais amplas entre trabalhadores e patrões, mas são elementos que estão no dia a dia das pessoas, na sua rotina de vida”. (MARCONDES, 1997, p. 44)

Se as ideologias constituem o mundo real, uma vez que são constituídas de elementos reais (THOMPSON, 1995), elas fazem parte de um aspecto social tão real quanto qualquer outro, pois possibilitam que o ambiente de contestação, em que se travarão as lutas, seja criado. As ideologias possuem a capacidade de mobilização de indivíduos, representam uma característica essencial de grupos possuidores de aspirações em comum (POSTALI, 2010). Nesse sentido,

Ideologia, portanto, é um conjunto de ideias, de procedimentos, de valores, de normas, de pensamentos, de concepções religiosas, filosóficas, intelectuais, que possui certa lógica, certa coerência interna e que orienta o sujeito para determinadas ações, de uma forma partidária e responsável. (MARCONDES, 1997, p. 28)

Com base em Marcondes (1997), os indivíduos integram grupos com afinidades de opiniões e ideias. Assim, é a noção da ideologia entendida como prática alimentada por atitudes coletivas que nos interessa para pensarmos o *game* DJFFNY.

Sob a ótica de Eagleton (1997, p. 15), recordaremos o fato de que não há uma definição única e adequada do termo ideologia. Pode-se dizer que existem significados convenientes, nem todos compatíveis entre si. Mas, de qualquer forma, das definições propostas pelo autor em *Ideologia: uma introdução*, as que mais nos interessam para caracterizar nosso produto são:

- a) Um corpo de ideias característico de um determinado grupo ou classe social através do qual atores sociais conscientes (componentes deste grupo ou classe social) entendem o seu mundo, vivenciando suas relações com as estruturas sociais;
- b) Processo de produção de signos, significados e valores na vida social,

constituindo o pensamento de identidade.

Neste sentido, com base Eagleton, ideologia seria mais uma questão de discurso do que de linguagem, em que se deve considerar o contexto social do mesmo – *quem, o que, com quem e com que finalidade* está falando. No caso do *game* DJFFNY, enquanto produto da indústria dos *videogames*, *quem* pode ser representado pelo selo de *hip-hop Def Jam Recordings*⁵²; *o que* pode ser representado pela oportunidade oferecida ao *gamer* de fazer parte de um mundo, onde ele pode, através de seu avatar, atuar, virtualmente, como protagonista da trama do *game* com a maior carga de autenticidade possível que o discurso do universo do *hip-hop*, da época em questão, carregava consigo; *com quem* pode ser representado, inicialmente, pelos indivíduos inseridos, diretamente, no contexto, no qual se constrói o discurso do *game* e, posteriormente, por todos aqueles que possuem ou que possuirão um console para jogar DJFFNY, independente de suas localizações, graças ao distanciamento espaço-temporal⁵³ promovido pelas técnicas e pela globalização; e *com que finalidade* pode ser representado tanto pela difusão do discurso ideológico do produto quanto pela geração de lucro às empresas desenvolvedoras e distribuidoras do *game*, por meio do entretenimento proporcionado por ele.

Considerado o contexto social para o desenvolvimento de DJFFNY e como ele é vendido, podemos dizer que cada *game* pode representar um veículo de ideologia, uma vez que as determinações e efeitos ideológicos se dão em sua composição: na utilização e disposição de elementos como argumento, roteiro, movimentos de câmera, personagens, cores, texturas, trilha sonora etc., e que a posição relacional desses elementos que compõem o discurso audiovisual determinam, no todo, seu efeito ideológico (LEBEL, 1989). Mas, não podemos deixar de considerar que a ideologia de um *game*, ou de qualquer produto audiovisual que tenha como finalidade o consumo não é dada, para sempre, a partir do momento em que é registrada. Depende muito do impacto ideológico concreto desse produto no público. Impacto que resulta da própria constituição do público –

⁵² A *Def Jam Recordings* é uma gravadora norte-americana de títulos *hip-hop* da Universal Music Group, conhecida por revelar cantores como Snoop Dogg, Ice-T, Chris Judge, entre outros. Acessar: <http://www.defjam.com>

⁵³ Ver THOMPSON, John. B. Ideologia e cultura de massa: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

seus valores. De acordo com Lebel,

O impacto ideológico de um filme depende do condicionamento ideológico do público ao qual se dirige e do desvio ideológico e estético que manifesta em relação às formas que originaram este condicionamento. (LEBEL, 1989, p. 120)

Com base em Lebel, recordamos Eagleton, pois se pode dizer que é impossível, para uma dada ideologia, controlar por completo um indivíduo ou um conjunto de indivíduos e que sempre há, por menor que seja, o espaço do desejo, da luta e da imaginação, o que obriga a existência de um ensinamento ideológico constante por parte dos difusores. (EAGLETON, 1997)

Para Janet Wolff, uma parcela importante da compreensão sociológica da arte e da cultura é constituída por uma análise do público – os consumidores da cultura (1982, p. 102). A autora justifica, expondo que

Isso ocorre em relação à questão da política cultural porque os métodos adequados de intervenção cultural só se podem desenvolver em conjunto com a percepção adequada do público potencial e com a maneira pela qual a mensagem pretendida será recebida. (WOLFF, 1982, p. 110)

Em *games*, por exemplo, o público potencial inserido na relação recepção/consumo, participa de maneira ativa da construção do produto tornando-o completo ao consumi-lo e, por tratar-se de via de mão dupla, tal relação não pode ser simplesmente aceita ou tratada como não-problemática. Sobre as questões de passividade/atividade dos indivíduos, Wolff diz que

Público e leitores não podem ser tratados como consumidores passivos, que absorvem as mensagens comunicadas pelos textos, quadros ou programas de televisão construídos pelos produtores culturais e transmitidos de maneira transparente pelo veículo. (WOLFF, 1982, p. 111)

A autora acredita que o significado que o público lê – interpreta – nos textos ou em outros produtos culturais é, em parte, construído por esse público de leitores como reflexos em espelhos e continua pontuando que os

Códigos culturais, inclusive a própria linguagem, são sistemas complexos e densos de significação, impregnados de numerosas séries de conotações e significados. Isso quer dizer que podem ser lidos de maneiras diferentes, com ênfases diferentes, e também num estado de espírito mais ou menos crítico ou imparcial. (WOLFF, 1982, p. 112)

Sabemos que um estado crítico por parte da audiência deveria ser uma constante e se faz válido dizer que tal pensamento deve ser devidamente respeitado, mas acreditamos ser um tanto improvável que isso de fato ocorra com a frequência desejada nas relações da indústria cultural de massa, uma vez que as traduções das mensagens dependem muito do repertório de cada indivíduo e que, em uma visão bastante *adorniana*, as comunicações feitas às massas tendem a preservar o *status quo*.

Porém, por outro lado, não podemos deixar de pensar que o “modelo hipodérmico” subjuga ao extremo o consumidor, onde “injetar” mensagens nos parece uma visão muito radical e imprecisa dos fatos. Sendo assim, devemos considerar todo o relativismo inerente às interpretações e às relações sociais sob um prisma cada vez mais amplo a fim de tentarmos evitar uma espécie de radicalismo deficiente, pois o *gamer*, para participar qualitativamente da narrativa, deve lê-la criativa e, situadamente, deve reagir, construir e reconstruí-la constantemente. O *gamer* ganha um novo papel em relação a esse novo meio de comunicação: o de participante.

4.4 A diversidade em Def Jam: Fight For New York

Tratamos, neste trabalho, de uma multiplicidade cultural e, apesar de DJFFNY ser um produto com alta carga de violência, não há um momento sequer em que exista alguma forma de racismo. Nesse sentido, nossa intenção é fazer uma reflexão sobre a construção dos atores virtuais em DJFFNY, como eles representam as diversidades e como este leque de opções pode despertar a identificação do indivíduo com esses atores.

De qualquer maneira, conforme dissemos no início deste capítulo, o *game* DJFFNY leva, ao público consumidor potencial, representações em 3D de artistas do *hip-hop*, atores e celebridades na luta pelo domínio do *underground novaiorquino*. Ao todo, são 42 personagens jogáveis, divididos em duas gangues, mais o tatuador Manny, o barbeiro Stingray e o excêntrico *designer* de jóias Jacob Arabo⁵⁴. No lado de Crow – Snoop Dogg, temos a presença de Bless, Bone Crusher, Buba Sparxxx, Busta Rhymes – Magic, Carmen Electra, Crazy Legs, Danny Trejo,

⁵⁴ Acessar: <http://www.jacobandco.com>

David Banner, Elephant Man, Fat Joe – Crack, Fam-lay, Havoc, Ice-T, Lil' Flip, Lil' Kim, Mack 10, Omar Epps – como O. E., Prodigy, Sean Paul, Slick Rick, Warren G e Xzibit. No lado de D-Mob – Chistopher Judge, temos a presença de Capone, Comp, Erick Sermon, Flavor Flav, Freeway, Kimora Lee, Ghostface Killah, Henry Rollins, Ludacris, Menphis Bleek, Method Man – Blaze, N.O.R.E., Redman – Doc, Scarface, Sticky Fingaz – Sticky –, Joe Budden, Shawnna e WC.

Shohat e Stam dizem que “a verdade é que o mundo inteiro é uma formação mista”⁵⁵, o que nos leva a pensar que a diversidade das personagens em DJFFNY pode ser um fator determinante na chamada de atenção acerca das possibilidades de identificação dos mais variados públicos em relação a elas, uma vez que o *gamer*, independente de seu sexo, pode “vestir” seu avatar – construído como ele desejar dentro das opções estéticas do *game* –, pode “vestir” os valores contidos nos personagens/avatars de Ice-T (*rapper* e ator negro) ou de Danny Trejo (ator latino) e pode, até mesmo, “vestir” a estereotipia de Carmem Electra em uma *catfight*⁵⁶, por exemplo.



Fig. 11: A diversidade masculina



Fig. 12: A diversidade feminina

4.5 O contemporâneo e a(s) identidade(s)

Para que possamos pensar as questões *identitárias*, no século XXI, precisamos apresentar, ao leitor, os conceitos que representam a época em que vivemos e que melhor se adéquam ao nosso trabalho. Independente das terminologias usadas pelos autores, o que pretendemos é pensar o nosso tempo.

⁵⁵ Ver SHOHAT, Ella; STAM, Robert. *Crítica da imagem eurocêntrica*. São Paulo: Cosac Naify, 2006, p. 40.

⁵⁶ O termo *catfight* refere-se a uma briga entre mulheres.

Sendo assim, Michel Maffesoli, diz que a pós-modernidade seria uma mistura orgânica resultante de elementos do passado e de elementos do presente. Para ele,

Uma organização social que não repousaria sobre a pesquisa de grandes soluções, sobre a resolução dos problemas inerentes a toda a vida em sociedade, mas que, ao contrário, ensinaria a se acomodar, que procuraria utilizá-los para um acréscimo de vitalidade. É nisso que a pós-modernidade inaugura uma forma de solidariedade social que não é mais racionalmente definida, em uma palavra "contratual", mas que, ao contrário se elabora a partir de um processo complexo feito de atrações, de repulsões, de emoções e de paixões. Coisas que têm uma forte carga estética. É a sutil alquimia das "afinidades eletivas", bem descrita por Goethe, que é transposta aqui para a ordem do social. Ou ainda, a simpatia universal do homem com seu ambiente natural, que reforça a empatia particular com o ambiente comunitário. Isso pode parecer um pouco abstrato, e, no entanto, várias atitudes caridosas, ajudas caridosas, ajudas associativas, divisão do trabalho, pequenas sociabilidades de vizinhanças ou de "encargos" no quadro da proximidade são, sem isso, incompreensíveis. Acontece o mesmo com a constituição de grupos de vida, das pequenas comunidades eletivas, bem como culturas de empresa ou de formas de espírito doméstico que, em todos os domínios, desenvolvem-se de um modo mais ou menos efêmero. [...]. Tudo isso está imerso num ambiente afetivo, emocional que torna bem difícil a análise ou a ação simplesmente racional. (MAFFESOLI, 1996, p. 14-15).

Maffesoli, quando cita a importância da carga estética e das afinidades eletivas – que caracterizam o indivíduo pós-moderno –, toca em um ponto interessante de nosso tempo: a relevância da imagem na construção das relações dos indivíduos com o que está contido no mundo. Tal ponto de vista nos remete ao pensamento de Douglas Kellner e Stuart Hall acerca das questões intrínsecas das identidades na contemporaneidade. Kellner pontua que a cultura contemporânea é

[...] Uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, fornecendo o material com que as pessoas forjam sua identidade. O rádio, a televisão, o cinema e os outros produtos da indústria cultural fornecem os modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou imponente. (KELLNER, 2001, p. 9)

Assim, a cultura mediada forneceria moldes ideais para a construção das identidades necessárias para o indivíduo atuar no mundo. Essa cultura seria uma “cultura do outro”, fetichista e plástica. Sobre o processo de modelagem das identidades através dos meios, o autor continua pontuando que

Em todo caso, seja qual for sua natureza – moderna ou pós-moderna – a identidade na sociedade contemporânea é cada vez mais mediada pela

mídia que, com suas imagens, fornece moldes e ideais para a modelagem da identidade pessoal. Astros como os policiais de Miami Vice ou certas *megaestrelas* como Michael Jackson ou Madonna também constituem modelos de identidade por meio da construção de uma aparência, de uma imagem e de um modo de ser. (KELLNER, 2001, p. 317)

Se pensarmos as diversidades de modelos e a necessidade da interpretação de variados papéis sociais demandada ao indivíduo pelo cotidiano contemporâneo, lembraremos do ponto de vista de Stuart Hall. O autor, diz que na pós-modernidade, esse indivíduo assume identidades diferentes em momentos diferentes, identidades não-unificadas a um “eu” coerente. Para Hall,

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 2001, p. 13)

A afirmação de Hall talvez possa nos remeter à Marx e Engels (1973, p. 70) e às questões de que tudo é efêmero na modernidade⁵⁷, no entanto, ainda assim, acreditamos que esta pluralidade de modelos – como as contidas em DJFFNY – seja a grande responsável por possibilitar que o público identifique-se com uma personagem ou com fragmentos de várias personagens e seus discursos, pois elas são representações dos indivíduos e como eles idealizam suas relações com o mundo em seu novo ritmo globalizante, caracterizado por sociedades de mudança constante, rápida e permanente. Dessa maneira, e conforme a conveniência de cada indivíduo, cada um pode interpretar várias personagens nas mais variadas situações sociais sem precisar deixar de lado o “eu” coerente, sem anular-se.

4.6 A comunicação na construção da(s) identidade(s)

Os variados “si mesmos” não seriam fruto da descoberta de algo que pré-existiria à descoberta do sujeito por si próprio, mas seriam resultantes de uma produção ou criação linguística – estilística. Assim o diz Fernando Pessoa:

⁵⁷ “Tudo que é sólido se desmancha no ar...”

Eu próprio não sei se este eu, que vos exponho, [...] realmente existe ou é apenas um conceito estético e falso que fiz de mim próprio. Sim, é assim. Vivo-me esteticamente em outro. Esculpi a minha vida como a uma estátua de matéria alheia a meu ser. Às vezes, não me reconheço, tão exterior me puz a mim, e tão de modo puramente artístico empreguei a minha consciência de mim próprio. Quem sou eu por detrás desta irrealidade? Não sei. Devo ser alguém. (PESSOA, 1997, p. 232)

A partir de Pessoa, podemos levantar uma questão que muito nos interessa: Qual seria o papel da comunicação na construção do sujeito?

Em *A Gaia Ciência*, Nietzsche, além de pontuar que a consciência é apenas uma parte – não a essencial – da existência humana, afirma que esta tem, em sua base, a capacidade de comunicar-se, que deriva da necessidade de comunicação que cada indivíduo experimenta por meio de palavras ou signos. Nesse sentido, a consciência será aquilo que, em cada um de nós, é social. Será a forma de rendição de cada um de nós à sociedade, de ser, ele próprio e em si próprio, não ele, mas a média⁵⁸.

Sabemos que Nietzsche não se referia, especificamente, à comunicação mediatizada. Mas, no que se refere à identidade pessoal, ele nos ofereceu uma posição *antecipadora* de teorias da primeira metade do século XX, como a “Teoria dos Efeitos Ilimitados” ou a “Teoria Crítica”, que se assentam no “mito do receptor passivo”. Todavia, sabemos, também, que o contemporâneo vem culminar tais posições subjugadoras do sujeito para a instauração de uma autêntica dissolução desse sujeito na e pela informação midiática. Jean Baudrillard vem observar que, enquanto que no sistema dos objetos, o sujeito vivia em uma cena e em um espelho, existindo aos olhos dos outros e através dos seus objetos, hoje – o texto é de 1983 –, a cena e o espelho já não existem, pois se tornaram a tela e a rede. Nessa nova situação, o sujeito transforma-se em *bits* em um terminal, dissolvendo-se nas “redes de comunicação”⁵⁹.

Independente das críticas que lhes podem ser feitas, pode-se creditar aos “pós-modernistas” ou “pós-estruturalistas” o mérito de terem chamado a atenção para a importância e para o papel da comunicação na construção – ou destruição – do sujeito, para o fato de que os sujeitos constituem-se de atos e estruturas de comunicação e para o fato de que uma mudança nos padrões comunicacionais

⁵⁸ Ver NIETZSCHE, Friedrich. *A Gaia Ciência*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

⁵⁹ Ver BAUDRILLARD, Jean. The ecstasy of communication. In: FOSTER, Hal (org.), *The Anti-Aesthetic Essays on Post-Modern Culture*. Washington: Bay Press, 1983, p. 126-127.

pode alterar a forma como o sujeito irá processar os signos e seus significados e, conseqüentemente, como se dá sua construção⁶⁰. Cabe esclarecer que isso não implica dizer que aceitamos o “mito do receptor passivo”, pois entendemos que os produtos midiáticos são parte do conjunto das formas simbólicas e estão inseridos em um processo de interpretação e avaliação que pode ser criativo.

De maneira ideal, a recepção das formas simbólicas nunca deixaria o sujeito que as recebe como antes, pois haveria um efeito resultante desse processo. Assim, poderíamos generalizar, ao conjunto das formas simbólicas, a afirmação de Ricoeur sobre a interpretação textual. O autor diz que ela é

[...] O processo pelo qual o *desvelamento* de novos modos de ser proporciona ao sujeito uma nova capacidade de a si mesmo se conhecer. Se a referência do texto é o projeto de um mundo, então, não é o leitor que primeiramente a si mesmo se projeta. O leitor é, antes, alargado na sua capacidade de autoprojeção, ao receber do próprio texto um novo modo de ser. (RICOEUR, 1995, p. 137)

Em outras palavras, podemos dizer que a recepção das formas simbólicas é um processo de autoconstrução, da compreensão do mundo e dos outros. Nele, o sujeito compreende a si próprio e aos outros, sua história e seu lugar no mundo. Nesse sentido, o *self* é um projeto que o sujeito constrói a partir dos materiais simbólicos a sua disposição, que se integra em uma narrativa de identidade pessoal que, para a maior parte das pessoas, irá se alterar, ao longo do tempo, à medida que elas se apoiarem em novos materiais simbólicos, encontrarem novas experiências e, gradualmente, redefinirem sua(s) identidade(s) no decurso de sua(s) trajetória(s) de vida(s)⁶¹.

Assim, podemos dizer que os meios de comunicação passam a ter uma importância decisiva na formação do sujeito, pois essa formação perde a dependência do conhecimento “local”, presente na interação face a face – interação mútua – e na comunicação oral, para depender, cada vez mais, das formas mediatizadas de comunicação global. Como uma das consequências da migração do processo de formação do sujeito, temos o fato de que os sujeitos encontram novos confrontamentos com as novas possibilidades, novos horizontes alteráveis e

⁶⁰ Ver POSTER, Mark. *The Mode of Information. Poststructuralism and social context*. Chicago: The University of Chicago Press, 1990.

⁶¹ Ver THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 2. ed. Petrópolis, Vozes, 1998.

pontos simbólicos de referência mutantes.

Se a confrontação com novas possibilidades – o local *versus* o global – não deixa de conter aspectos positivos, coloca também – de forma permanente –, a identidade em questão, pronta para pender para a identificação – a abdicação do eu em favor do outro – ou para a projeção – assimilação do outro ao eu. Esse último, no limite, pode levar à recusa tanto do outro, quanto do global.

Como veremos nos tópicos a seguir, a única forma de se evitar um ou outro risco, repousa sobre a heteronímia *pessoana*: ser, ao mesmo tempo, vários outros distintos entre si e, sendo distinto desses outros em si, ser distinto de si próprio.

4.7 A descentralização do sujeito

Ao eleger o cogito como uma certeza, a modernidade ocidental lança o sujeito em um ambiente que poderíamos denominar de “oceano das incertezas infinitas”. Ora, tal situação não é nem positiva nem negativa. Ela nos indica, somente, que a busca e a construção da identidade pessoal é um problema moderno. Muito provavelmente, o problema moderno.

Uma solução para o problema da identidade pessoal é buscada, tanto pelo Iluminismo quanto pelo Romantismo, com base na ideia do *self* unitário – visto pelo primeiro como o centro de controle que domina a experiência e é capaz de construir as ordens da razão, por meio das quais podemos dirigir o pensamento e a vida, e pelo segundo, como a unidade no alinhamento de sensibilidade e razão de um *self* originalmente dividido⁶².

A modernidade desafia o ideal do *self* unitário, impondo-lhe a instabilidade, a fragmentação e a multiplicidade – de contextos, situações, papéis, estatutos, valores, sentimentos etc. –, não só em termos de sucessão, como de dinamismo simultâneo. Assim, essa unidade do *self* é constantemente desafiada por uma exigência de desdobramento que, obviamente, não poderia ser total, pois sem as diferenças veríamos submergir quaisquer possibilidades de identidade.

Se colocarmos essa questão de outra maneira, podemos arriscar a dizer que tal desdobramento só ocorreria com a transcendência da visão unitária do *self*. O sujeito deveria ser descentralizado e identificar-se com fragmentos das linguagens

⁶² Ver TAYLOR, Charles. *Sources of the Self. The making of modern identity*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

ou dos discursos. Porém, como podemos entender essa descentralização do sujeito?

4.8 A heteronímia como resposta

Como vimos, anteriormente, o *avatar* é, no fundo, uma composição sintética, ou seja, uma manipulação de *pixels*; uma personagem digital jogável em diversas situações de entretenimento virtual. Em *videogames*, o termo fora apropriado para nominar a personagem de outrora. O *avatar* seria uma espécie de personificação do *gamer*, no ambiente em que ele se encontra, algo que o identifique, nesse ambiente, seja em *games na web*, em consoles, em redes sociais, em *blogs* etc. A imagem do avatar se restringe à criatividade do indivíduo que irá “vesti-lo” e pode assumir infinitas formas.

Se lembrarmos do conceito original do termo, o avatar seria a incorporação da personagem pelo *gamer*. Então, a personagem seria o avatar do *gamer*. O *gamer* incorpora aquilo que está vendo e fazendo, na tela, através de seu avatar. Se considerarmos a questão dos heterônimos pessoais, em relação aos *games*, podemos dizer que enquanto o *gamer* é o avatar, ele o “incorpora” e experimenta suas sensações de maneira real. Nesse outro “eu” temporário, o *gamer* pode sofrer junto com seu avatar e tudo que está contido na narrativa do *game*. Nesse sentido, pode-se considerar que o *avatar*, guardadas as devidas distâncias, caracteriza-se como um “heterônimo” pessoal.

No fundo, o termo “heteronímia” vem do grego e deriva dos termos *heteros*=diferente e *ónomos*=nome. Ele designa o fenômeno da utilização de “diferentes denominações”, no âmbito da produção literária de um mesmo escritor físico, dentro de um princípio de fragmentação psicológica em vários *eus-autores*. Em Fernando Pessoa, a pluralidade heteronímica começa por ser uma *autocisão* ou uma *intracisão* e acaba por ser uma *reconvergência*, um regresso à unidade⁶³.

Até o aparecimento de Fernando Pessoa, na literatura lusitana moderna, os indivíduos tinham uma experiência com o fluxo contínuo da expressão literária. Tudo era contínuo e uma única “voz” manifestava-se no “eu lírico” da poesia. A partir da modernidade, mais especificamente após a presença de Fernando Pessoa, o

⁶³ FERREIRA, João. Ortonímia, heteronímia e pseudonímia. 2001. Disponível em: <<http://www.usinadeletras.com.br/exibelotexto.php?cod=4734&cat=Artigos&vinda=S>>

mundo das palavras passou a ser fragmentado, com experiências fragmentadas. Isso tornou-se mais evidente com o advento da tecnologia que se “casou” com as artes visuais, intensificando essa fragmentação, já assinalada pelos artistas das “Vanguardas Europeias”, na virada do século. Logo, o “eu” fragmenta-se, estilhaça-se em vários “eus” para representar a necessidade da vivência no cotidiano. Ou seja, o indivíduo deve corresponder às expectativas do outro. Expectativas de que o “eu” seja múltiplo em instantes múltiplos, de acordo com a demanda do mundo moderno.

Para os estudiosos de literatura, Pessoa é uma referência essencial em relação ao tema da(s) identidade(s) que analisamos neste trabalho. Como é do conhecimento, no meio acadêmico, principalmente literário, Pessoa é, de certa forma, um dos casos únicos de criação de heterônimos, em termos de definição de cada um, os quais não são meros nomes; mas entidades com independência, personalidade e estilos próprios, principalmente no que tange até mesmo à escrita de cada um deles. Portanto, não seria arriscado dizer que Pessoa criou o fenômeno da heteronímia, ao seu modo, ao seu estilo, em pleno século XX, pois outros casos configurados de heterônimos, até então, não tinham a particularidade pessoana.

Em seus escritos, Fernando Pessoa explicou a coexistência dos heterônimos como desdobramentos de personalidade, como invenções de personalidades diferentes e como consequência de uma “consciência plural” existente em si próprio. O poeta se sentia múltiplo, como um quarto com múltiplos espelhos de reflexos falsos de uma realidade que está em todas e não está em nenhuma delas. Segundo Pessoa,

Desde que me conheço como sendo aquilo a que chamo eu, me lembro de precisar mentalmente, em figura, movimentos, carácter e história, várias figuras irreais que eram para mim tão visíveis e minhas como as coisas daquilo a que chamamos, porventura abusivamente, a vida real. Esta tendência, que me vem desde que me lembro de ser um eu, tem-me acompanhado sempre, mudando um pouco o tipo de música com que me encanta, mas não alterando nunca a sua maneira de encantar. (PESSOA, 1935)

Os heterônimos são, em Pessoa, um mundo fictício de criações imaginárias, despersonalizações dramáticas, vozes e tendências díspares, autores, individualidades poéticas, criações literárias, companheiros de espírito, todos possuidores de uma biografia, um pensamento e uma estética próprios. Indivíduos

ficcionais, com relação entre eles, capazes de desempenhar discussões estéticas, de influências etc.⁶⁴.

Sabemos que, na compreensão comum, existe uma dificuldade em entender a diferença entre heterônimo e pseudônimo. Para esclarecer a questão, pode-se dizer que o pseudônimo é, simplesmente, um nome falso usado por determinado autor para não ser reconhecido ou para se esconder por algum motivo, geralmente ideológico. Por sua vez, a heteronímia não se trata de um falso nome, pois o autor nada tem a esconder, mas muito para revelar de si em múltiplas facetas. Ao contrário, o autor pretende, ao usar um nome “diferente”, revelar um escritor com características próprias, apenas como autor daquele texto, que contém características essenciais da personalidade artística do autor. O poeta lusitano pontua que

Por qualquer motivo temperamental que me não proponho analisar, nem importa que analise, construí dentro de mim várias personagens distintas entre si e de mim, personagens essas a que atribuí poemas vários que não são como eu, nos meus sentimentos e ideias, os escreveria. (PESSOA, 1960)

Devemos entender que pseudônimo não é e nunca será um heterônimo. Pseudônimo é uma “falsa identidade” e heterônima é uma entidade independente, autônoma. A heteronímia seria uma espécie de metamorfose, a viagem para o outro lado do espelho ou a múltipla personalidade multifacetada, uma expressão premonitória e reveladora de uma realidade que, essencialmente contida na invenção da subjetividade moderna, revela-se apenas na atual sociedade da informação – caracterizada pela instabilidade e fragmentação das identidades individuais e coletivas.⁶⁵

Perceber como, a partir da heteronímia, Fernando Pessoa enxerga a questão da(s) identidade(s) está muito longe de ser um exercício anacrônico. A heteronímia seria um exercício de tornar-se outro(s), mas um de cada vez e, no fim das contas, sempre o mesmo (um). Por sua vez, José Gil pontua que

⁶⁴ Fernando Pessoa explica a gênese dos heterônimos em detalhes na carta escrita a Adolfo Casais Monteiro, em janeiro de 1935.

⁶⁵ Ver HACKING, Ian. *Rewriting the Soul. Multiple personality and the sciences of memory*. Princeton: Princeton University Press, 1998. O autor diz que “A metamorfose para a memória é a narrativa.” (HACKING, 1998, p. 250)

No *devir-outro* e na heteronímia pessoanos entra em ação um poder bem mais profundo e radical, que implica a fragmentação – e mutação – do eu. Assim, não basta tornar-se outro para devir-outro, é preciso devir-dois, é preciso, para que não se trate nem de identificação nem de projeção, mantendo-se a consistência do eu, mas antes de devir e de metamorfose interna, poder sentir duas sensações, viver duas coisas opostas ao mesmo tempo. (GIL, 1987, p. 149)

Assim, podemos pensar que: se **S** (sujeito) pode ser igual a **A** (personalidade) e igual a **B** (personalidade) e se **A** é diferente de **B**, então, temos que **S** é diferente de **S**. Coloquemos de outra maneira: se $S=A$ e $S=B$, onde $A \neq B$, temos $S \neq S$. Ou seja, ao ser duas personalidades, distintas entre si, o sujeito (S) não é A nem B. Porém, ao ser A e B, o sujeito (S) é distinto de si próprio, pois A e B são distintas entre si. Essa diferença é a distância que separa o sujeito de si próprio, e o torna relação ao fragmentar o “eu substancial”. Fragmentar-se é multiplicar as possibilidades de percepção e diversificar as propostas estéticas.

Podemos associar esse trânsito entre múltiplos “eus” em múltiplos instantes a um jogo: o grande jogo do você com você mesmo e de você com a sociedade, num confronto claro não da busca de uma identidade única, mas de ser múltiplo em si mesmo. Assim, é patente que esse jogo se pontua pelo jogo das máscaras, o jogo de espelho de Jacques Lacan também se refere em sua análise do “eu” que se esconde em muitos “eus”. Logo, fica patente que são máscaras que vestimos para suprir determinada demanda de uma sociedade massificada e hedonista.

Nesse jogo de multiplicarmos nossa existência, em casa, somos o marido; com a mãe, somos o filho; com nossos filhos, somo o pai e assim por diante. Isso ocorre em todas as instâncias e em todos os momentos do cotidiano do ser humano. Porém, deve-se atentar que o caminho para o uso das máscaras deve ser uma avenida de mão dupla, com ida e volta e, também, não deve ser esquecido um aspecto importante: para que exista o retorno para o “eu substancial”, à matriz do “eu”, o jogador deve entender o processo de como se joga esse jogo, a fim de não perder a sua substancialidade.

Se, por um lado, a multiplicação do “eu” é vista, por muitos, como uma espécie de patologia de caráter clínico e resultado da própria neurose do mundo moderno, por outro lado, muitos a julgam como estratégia necessária para a sobrevivência em uma sociedade mergulhada no consumo e na necessidade de satisfação imediata de prazeres passageiros. Caso o indivíduo não faça uso dessa multiplicação, as chances de sobrevivência desaparecem. Em suma, se não

usarmos as máscaras e não exercitarmos nossa fragmentação, ao longo de nosso cotidiano, nos tornaremos *outsiders*.

Para Fernando Pessoa, ser “eu” é ser outros, ou seja, cada “eu” para sentir-se a si próprio, tem que, necessariamente, sentir-se todos os outros e, absolutamente, consubstanciado com todos os outros. Porém, para não deixar de ser si próprio, o “eu” tem que se sentir em todos os outros e continuar a ser distinto dos outros⁶⁶. Para o “eu” sentir a totalidade, ele precisa dos outros, visto que é improvável realizar todas as experiências possíveis sozinho.

Se a matriz é a essência comum de mim mesmo e os heterônimos são os outros, para vivermos de maneira saudável, precisamos fazer uma separação entre a matriz e os outros. Temos que saber jogar com os outros e retornar à matriz, pois existe o risco de misturarmos todos eles e nos esquecermos de nossa essência. Vale lembrar que, enquanto essência, somos “absolutamente outro”, mas outro distinto. Essa relação entre o “eu” e a essência é o que se chama identidade. Assim, se jogamos com a identidade para viver, ela poderá ser vista, então, como um movimento de criatividade constante. Ou uma tentativa de fugir à manipulação da padronização de estilos e imagens que a própria sociedade tenta impor às pessoas

Nesse momento, podemos lembrar a famosa poesia de Álvaro de Campos⁶⁷ que expõe o fumar para se liberar. Em “Tabacaria”, uma das peças literárias mais significativas do conjunto de textos *pessoanos*, percebemos a ideia de que algo que façamos no intuito de libertação, seja o fumar, o beber, o jogar etc., representará, sempre, um ato involuntário ou voluntário de experimentação de todas as nossas possibilidades sensíveis. Assim, podemos considerar que, ao jogar um *game*, também estamos a experimentar nossas possibilidades sensíveis, pois nosso *avatar*, inserido em determinada narrativa, representa uma ponte para tal. E nos identificamos com essa possibilidade.

Se os heterônimos são as várias interpretações – ou as várias traduções – de nós mesmos, as personagens e avatares dos *games* são as projeções de nossas supostas vontades, são moldes revelados à sociedade, apropriados pela indústria do *videogame* e representados em seus produtos. Nesse sentido, de certo modo, guardada das devidas proporções, os avatares se aproximam dos heterônimos de

⁶⁶ Ver PESSOA, Fernando. Obra em prosa. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1976, p. 529-530.

⁶⁷ Ver PESSOA, Fernando. Poesias de Álvaro de Campos. Lisboa: Ática, 1944. Disponível em: <<http://arquivopessoa.net/textos/163>>.

Pessoa, pois da mesma forma que aqueles outros nomes vão surgindo como projeções de vários “eus” interiores, para tentar realizar vontades não realizadas, os avatares também o fazem com a mesma maestria. A única diferença é que um avatar detém, com auxílio de uma narrativa imersiva, um apelo visual persuasivo e direcionado. Todo produto de *videogame* terá moldes que representam nossas vontades.

Diante dessas realidades virtuais criativas, devemos assumir que muito de nossos hábitos perceptivos, *mnemônicos* e imaginativos estão se condicionando pela lógica do gerenciamento da informação. Ao contrário da lógica linear, na qual projetávamos memórias como filmes em nossas cabeças, começamos a buscar pastas, arquivos e fragmentos de dados que nos conduzem àquela informação que desejamos resgatar. O *desktop* e os *videogames* são exemplos dessa prática de fragmentação e *compartimentação* das informações que nos chegam. Por esse motivo, podemos associar o avatar às novas experiências perceptivas que os *games* propiciam. Ou seja, exercemos um novo trabalho de exploração sensitiva em camadas e de subjetividades transversais.

Rogério de Almeida diz que “Pessoa, ao criar homens abstratos e dar-lhes obras materiais, deu à subjetividade uma objetividade prenhe de subjetividade”⁶⁸. Ou seja, todas as vezes que incorporamos determinada personagem, ela pode transformar-se em mais algumas. Seria uma espécie de multiplicação mágica dos deuses, uma *autoinvenção*.

Se não nos inventarmos a todo instante, nos transformamos em um ser medonho, passadiço e antiquado, que não consegue conviver com o mundo volátil que se *desconfigura* e se *reconfigura* a todo o instante antes nossos olhos e suas atualizações que negam o momento estanque. Por isso, precisamos de uma *autoinvenção* constante. Trata-se de uma questão de sobrevivência. Nesse sentido, da mesma forma que os heterônimos servem às *autoinvenções*, podemos considerar que nossos avatares, também, servem a tal proposta. Eles são *autoinvenções* de nós mesmos, exigências do cotidiano moderno. Nietzsche (2004, p. 93) já perguntara “Viver não é inventar?”. E o inventar, não seria um grande jogo? Um jogo que tentamos dominar, criar as próprias regras como forma de fazer frente

⁶⁸ Ver ALMEIDA, Rogério. Fernando Pessoa e o pós-moderno: Uma leitura mítico-simbólica da heteronímia. Disponível em: <<http://www3.mackenzie.br/editora/index.php/reahc/article/viewFile/500/319>>.

ao descontrolo da situação que vivenciamos a cada instante e que sempre nos surpreendem, embora não fujam ao *déjà vu*.

Na contemporaneidade, tudo é jogo, pois o real – aquele instante curtíssimo que desaparece rapidamente – é substituído por metáforas, explícitas, implícitas e insólitas. Nesse momento, para que possamos compreender melhor o termo aplicado ao nosso trabalho, devemos resgatar as ideias de Goodman e Ricoeur⁶⁹.

Para Goodman, uma metáfora consiste na aplicação de um predicado com usabilidade definida, algo sob a sugestão de regras e hábitos determinantes de sua aplicação original. Quase uma livre associação de ideias com elementos incompatíveis, que se traduzem em beleza estética da linguagem. Para Ricoeur, uma metáfora é o ponto de cruzamento entre símbolo e linguagem, sendo que a metáfora é uma das formas essenciais da comunicação literária, por meio das quais a realidade em si se pode dizer. Assim, fica nítida a ideia de que a metáfora relaciona-se ao nível da semântica da frase e não ao nível da semântica da palavra.

Para Goodman, o termo metafórico deve ter uso estabelecido pelo hábito; as aplicações metafóricas de um termo têm orientação por sua aplicação literal, quer dizer, possuem forte vínculo com a denotação do termo, de modo a criar atração – a fim de evitar-se a ambiguidade – e resistência – na aplicação literal não há resistência. Para Ricoeur, a metáfora resulta da tensão entre dois termos em uma enunciação metafórica. Ela existe em uma e por uma interpretação que possibilita determinar o sentido literal e figurativo dos termos do enunciado metafórico. Para o autor, a interpretação da metáfora pressupõe o sentido literal dos termos; sentido que se autodestrói pelo jogo significativo contraditório construído pela enunciação metafórica. Essa destruição do sentido literal impõe às palavras uma extensão de sentido: um novo sentido.

Para Goodman, seja a extensão literal ou extensão metafórica, ambas são igualmente legítimas e atuantes. Tanto a verdade metafórica quanto a literal podem ser triviais, inúteis e irrelevantes. O que confere eficácia à verdade metafórica é o fato das afinidades entre o referente literal e o referente metafórico serem convenientes e informativas para o objetivo em vista. Para Ricoeur, a metáfora joga-se na criação de uma semelhança entre duas ideias incompatíveis, nas quais a

⁶⁹ Obras importantes: Nelson Goodman, *Languages of Art – An approach to a theory of symbols* (Cambridge, Hackett Publishing Company, 1976); Paul Ricoeur, *La Métaphore Vive* (Paris, Éditions du Seuil, 1975); Paul Ricoeur, *Interpretation Theory: Discourse and the Surplus of Meaning* (Fort Worth, Texas Christian University Press, 1976).

visão ordinária não percebe qualquer relação. O papel da semelhança é o de reduzir a diferença entre ideias, sendo que a semelhança é o encontro conflituoso entre o *igual* e o *diferente*. Eles não são simplesmente misturados, mas permanecem como opostos. A semelhança é a condição de potência da metáfora, portanto, possibilita a proximidade entre coisas que estavam afastadas. Tal proximidade é alcançada em uma dimensão prévia ao conceito; é fonte de sentido; é possibilidade da própria linguagem.

Para Goodman, a metáfora implica mudança de domínio e não mudança de extensão. Um predicado, metaforicamente, aplicado não é transferido isoladamente, mas em conjunto – explícito ou implícito – com outros para fazer parte de um esquema. A maneira como os predicados – em um esquema – distribuem entre si os objetos na aplicação literal, fornece uma indicação de como eles irão se distribuir na aplicação metafórica. Para Ricoeur, as metáforas funcionam em uma matriz. Cada metáfora demanda outra e cada uma permanece viva, ao conservar o poder de chamar toda uma rede geradora de “metáforas raiz”, metáforas que têm o poder de conjugar metáforas parciais retiradas de diversos campos de nossa experiência. As metáforas raiz têm a capacidade gerar uma diversidade conceitual, ou seja, um número ilimitado de interpretações a um nível conceitual.

Para Goodman, uma boa metáfora depende, a princípio, da adequação com as práticas linguísticas estabelecidas, ou seja, os hábitos que constituem nossa competência para fazer uso de um termo em sua aplicação literal determinam a classificação que esse termo fará, quando aplicado metaforicamente. Em segundo lugar, uma boa metáfora depende da capacidade de ser inovadora e reveladora. Para Ricoeur, a metáfora é um modelo, visto que *redescreve* a realidade e transfere a *redescrição* para essa mesma realidade, traz, em si, um novo conhecimento sobre a realidade. Assim, a verdade metafórica é resultado da tensão estabelecida entre a própria metáfora e o mundo. O discurso metafórico rompe com a realidade, mas não se distancia dela. Eles se misturam, mas permanecem opostos. O discurso metafórico cria uma nova realidade.

Tanto em Goodman quanto em Ricoeur, podemos perceber pontos em comum. Os autores partilham da noção de que o problema da metáfora está na semântica da frase e não na semântica do nome, partilham da noção de que a metáfora é cognitiva, traz conhecimento da realidade, partilham da noção de que a metáfora é um desvio em relação à linguagem comum e rejeitam a distinção entre

denotativo e conotativo, ou seja, a distinção entre os valores cognitivos e emocionais do discurso.

Mesmo que esses pontos possam representar algo em comum entre os autores, a principal distinção entre eles diz respeito ao modo como a referência metafórica é entendida.

Em Goodman, a referência literal dos termos marca e determina a referência metafórica. São palavras velhas aprendendo novos truques. Algo como fazer um uso diferenciado de cartas de baralho a cada carteadado recebido, em que o baralho continua o mesmo. Ao apresentar uma reorganização do espaço lógico, o enunciado metafórico mostra uma nova maneira de abordar o mundo; apresenta um conhecimento novo desse mundo. Metaforizar é reelaborar o mundo. Mas, reelaborá-lo com base no conhecimento existente no próprio mundo das ideias tangíveis e intangíveis. Assim, ciência e arte podem ser encaradas como linguagens que, mesmo diferentes, são possuidoras da mesma pertinência cognitiva. Ambas reelaboram o mundo. Não como meras descrições do mundo, mas como modos de criar mundos.

Em Ricoeur, a metáfora, como expressão linguística dos símbolos, possui uma dimensão que não se restringe ao espaço lógico. A referência e o sentido assumem a importância devida como um dos lados da tensão que gera a metáfora – sentido literal/figurado, referência literal/metafórica –, mas a metáfora abre uma dimensão que suplementa a literalidade. Ela quebra o espaço lógico e ascende a uma dimensão simbólica que, estando além do conceito, é condição de possibilidade desse mesmo conceito. Nessa dimensão simbólica, abre-se um novo sentido e uma nova referência metafóricas que, depois de transferidos para a realidade, vêm trazer um novo conhecimento do mundo. A metáfora, em Ricoeur, também cria mundos. Mas, se em Goodman a criação de mundos pressupõe um retorno à realidade, visto que o uso literal dos termos direciona o uso metafórico, em Ricoeur, o mundo que se cria da expressão metafórica tem raízes mais profundas: o momento originário da própria realidade e da linguagem. Nesse sentido, pode-se dizer que a metáfora, em Goodman, é construção e, em Ricoeur é intuição e construção, respectivamente.

Para Goodman, o heterônimo é uma metáfora; invenções que inserimos nos lugares dos “eus”. Para Ricoeur, o heterônimo é um momento entre a metáfora e a linguagem. Para ele, a única coisa que explica o mundo é a linguagem. Logo,

sobrevivemos no mundo – e sentimos o mundo – através de nossos heterônimos e suas linguagens. Fernando Pessoa já dissera que sentir tudo de todas as maneiras só se torna possível pela invenção das mesmas sensações. Invenção que não pressupõe mistificação ou insinceridade⁷⁰. Muito pelo contrário, a invenção é vivência⁷¹, dado que sucede o sujeito. O que é invenção não se encontra distante nem fora do sujeito, mas sim no sujeito, tal e qual como a sensação “dita” autêntica.

Nos *videogames* podemos experimentar situações simuladas e fingir – inventar – tão completamente, que acabamos por sentir emoções que não sentíamos. “O poeta é um fingidor” (PESSOA, *in* Autopsicografia.) Ou seja, podemos sentir o que a(s) personagem(ns) ou avatar, inserido(s) na narrativa, está(ão) a sentir, pois nos conectamos a ele(s), nos identificamos e nos multiplicamos nele(s). São sensações que se tornam reais, através do *game* e de seu conteúdo. Assim, como em nosso cotidiano, em *videogames* também precisamos inventar todas as vezes que pretendemos viver. Ou seja, se não inventamos, não vivemos.

Pessoa, ao criar cada heterônimo – ao “outrar-se” –, foi essência de si e de outros, foi “si mesmo”, foi metáfora, foi ponto que cruza o símbolo e a linguagem. Esse exercício é um trabalho criativo expresso, metaforicamente, que inventa o próprio “eu”, que cria a vida e o mundo.

Como podemos perceber, a heteronímia pessoana aplica-se menos ao tempo do próprio autor do que à sociedade da informação, da sociedade em rede, tanto no que se refere à primeira quanto à segunda era dos meios.

Temos exemplos⁷² de que inserir a questão das identidades na comunicação mediada por computador, no contexto da oposição autêntico/simulado, não é correto nem irá render bons frutos. A esta conclusão, também chega o clássico trabalho de Sherry Turkle (1995) sobre MUDs e a criação de múltiplas identidades paralelas que esses ambientes permitem e dentre as quais a distinção entre identidades “reais” e “fictícias”, seja entre os *gamers* ou para a autora, torna-se uma tarefa difícil – se não

⁷⁰ Pessoa diz que “a Arte é a notação nítida de uma impressão errada (falsa). O processo artístico é relatar essa impressão falsa de modo que pareça absolutamente verdadeira”. Ver CASAIS MONTEIRO, Adolfo. A poesia de Fernando Pessoa. José Blanco (org.), Lisboa: INCM, 1985, p. 29-30.

⁷¹ Em “Autopsicografia”, Pessoa diz “O poeta é um fingidor./Finge tão completamente/Que chega a fingir que é dor/A dor que deveras sente”. Disponível em: <<http://arquivopessoa.net/textos/4234>>.

⁷² Ver SLATER, Don. Social relationships and identity online e offline. In: LIEVROW, L.; LIVINGSTONE, S. (org.) The handbook of new media. Social shapping and consequences os ICTs. London: Sage Publications, 2002 e SLATER, Don. Trading sexpics on IRC: embodiment and autenticity on the Internet. Body and Society, v. 4, n. 4, 1998, p. 91-117.

impossível –, já que todas elas se tornam janelas de uma mesma “tela-metáfora” da existência em uma “cultura da simulação”. Turkle pontua que a prática vivida, nas janelas, é a de um “eu” descentralizado existente em muitos mundos e que desempenha vários papéis ao mesmo tempo. Se, no teatro tradicional e em jogos de desempenho de papéis, que ocorrem em espaços físicos concretos, uma pessoa veste e despe uma personagem, nos MUDs temos identidades paralelas. Para a autora, a experiência desse paralelismo encoraja o indivíduo a tratar as vidas na tela e fora dela com elevado grau de igualdade. Por isso, é preferível que pensemos, ao invés da dicotomia autêntico/simulado, em uma espécie de fronteira permeável entre o real e o virtual. Turkle diz que,

[...] As pessoas não apenas se transformam em quem fingem ser, fingem ser quem são ou quem gostariam de ser ou quem não gostariam de ser. Os jogadores – preferimos *gamers* – falam por vezes do seu verdadeiro eu como uma mescla das suas personagens, e por vezes falam das suas identidades da tela como meios para transformar a sua vida real. (TURKLE, 1995, p. 284)

Nesse sentido, os *games* podem ser encarados como laboratórios sociais para as construções e reconstruções do “eu” que caracterizam a vida pós-moderna ou, ainda, como laboratórios para a construção da(s) identidade(s) e uma oportunidade para se jogar com a(s) identidade(s). Mais do que revelador ou libertador, o “jogo da identidade” será heteronímico. Esse jogo será o equivalente tecnológico do jogo estético que, como vimos, representa o anúncio de um mundo que estaria por vir e que tornaria possível aquilo que outrora só era visível aos mais visionários.

Se associarmos as ideias de Pessoa à questão do avatar, no mundo moderno, perceberemos que o *videogame* será, pelo menos em sua parte significativa, uma máquina de produções heteronímicas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos anos, a indústria de *videogames* cresceu mais do que qualquer outra indústria da área do entretenimento. Em termos de faturamento, os *games* superaram as indústrias do cinema e fonográficas juntas e, hoje, formam a terceira maior indústria do mundo, ficando atrás apenas da indústria bélica e da automobilística.

Em termos globais, a comunidade *gamer* conta com mais de 483 milhões de *gamers*. São 10 milhões, na Rússia; 105 milhões, na Índia; 10 milhões, no Vietnã; 10 milhões, no México; 16 milhões, na América Central e do Sul; 15 milhões, na Austrália, 17 milhões, na Coreia; 100 milhões, na Europa e 200 milhões, na China⁷³.

Nos Estados Unidos, existem 183 milhões de *gamers* ativos, ou seja, indivíduos que, em pesquisas, apontam que jogam, em média, 30 horas semanais⁷⁴. Além disso, 97% da audiência jovem joga videogames; 69% dos chefes de família jogam *videogames*; 40% do público *gamer* é feminino; um, em cada quatro *gamers*, possui mais de trinta anos de idade; o *gamer* mediano possui 35 anos e joga há, pelo menos, 12 anos; a maioria dos *gamers* pretende continuar jogando pelo resto de suas vidas⁷⁵. Coletivamente, ao redor do mundo, são gastas mais de três bilhões de horas em atividades relacionadas aos *games*, por semana (MCGONIGAL, 2011, p. 5). *Games* como *Call of Duty: Black Ops*⁷⁶ conseguem atingir a marca de U\$ 1 bilhão em vendas em apenas um mês. Com toda essa movimentação em torno da indústria dos games, espera-se que tenhamos em 2012, uma indústria com faturamento anual de U\$ 68 bilhões.

Essa indústria devolve para a sociedade seus estudos e suas tecnologias na forma de equipamentos utilizados na medicina, nos esportes, no cinema, na segurança nacional etc., seja em cirurgias de precisão com *joysticks*, em simulações de melhoramentos de *performances*, em captação de movimento para digitalização de atores para determinadas situações, em treinamentos militares e em muitas outras áreas, por exemplo.

Podemos associar o inevitável crescimento do *videogame* como meio de

⁷³ Acessar: http://www.npd.com/press/releases/press_100527b.html

⁷⁴ Acessar: http://corporate.newzoo.com/press/GamesMarketReport_FREE_030510.pdf

⁷⁵ Acessar: http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_Essential_Facts_2010.pdf

⁷⁶ Acessar: <http://www.callofduty.com>

comunicação ao simples fato de que, quando não existem mais crianças na vizinhança, já é tarde da noite ou nosso melhor amigo está há quilômetros de distância, os *videogames* nos dão a oportunidade de interagir com o outro e sermos sociais através de suas redes e dos *games* que podem ser jogados nelas, uma vez que podemos promover as trocas com o outro, por meio de sons ou texto. Ora, a verdade é que, na sociedade contemporânea, o computador e os *videogames* estão preenchendo, genuinamente, necessidades humanas que o “mundo real” está se mostrando incapaz de satisfazer. Os games estão oferecendo recompensas que a realidade não oferece. Eles estão nos ensinando, inspirando e nos engajando em caminhos que a realidade não está. Eles estão nos unindo de maneira que a realidade não nos une. (MCGONIGAL, 2011, p. 4)

Nosso trabalho teve como propósito discutir o *videogame* no contexto da cultura contemporânea e chamar a atenção da sociedade para a importância dos *games* para a realidade virtual, na qual estamos inseridos, como um caminho sem volta, em que o intangível torna-se tangível. Propósito que fora atingido por meio de pesquisa bibliográfica, na qual pudemos rever os principais conceitos de cultura, comunicação, ludologia, narratologia e interação dentro das especificações do universo dos *videogames*, tendo consciência das transformações ocorridas nos meios de comunicação desde McLuhan até Berners-Lee.

Nas questões da ludologia e da narratologia aplicadas aos *games*, propusemos – se é que, algum dia, houve tal separação – o que seria a aglutinação de ambas, a ludo-narratologia, e abordamos as questões de uma narrativa específica dos *games*, dotada de um hibridismo característico desse meio que demanda a interação.

Um aspecto importante que deve ser lembrado, a partir das ideias do “espírito alfabético” de Havelock e da técnica de Gutenberg, é o fato de que o som e a imagem foram relegados a planos secundários. Mas, conforme os meios evoluíram, esse sistema, predominantemente tipográfico, cedeu lugar a um sistema audiovisual e à convergência de vários meios de comunicação em uma rede mundial.

Antes dos *videogames*, tivemos uma revolução nas mediações promovida pelos computadores. Através das redes de comunicação, os indivíduos puderam trocar informações e dar início à construção de um conhecimento coletivo como conhecemos hoje. Quando pensamos nos *videogames*, lembramos de Sherry Turkle

e seus estudos sobre os MUDs, nos quais a autora demonstra que os *gamers* interagiam entre si, interpretando papéis e criando identidades no ambiente de rede.

Se novos meios de comunicação fazem surgir novas habilidades, para que possamos utilizá-los, eles passam a nos “editar”, na medida em que os usamos. Assim, buscamos na “edição”, proposta por Kerkhove, o embasamento teórico para justificar que, conforme demanda da nova era digital, desenvolvemos uma mente conectiva, com novas habilidades de resposta, com uma nova arquitetura de inteligência para o processamento de informações.

Outro aspecto relevante para nossa proposta foi analisar a influência dos meios de comunicação no cotidiano dos indivíduos. Não passaram despercebidas, em nosso trabalho, o conjunto das contribuições de Innis, Havelock e McLuhan, autores que dedicaram toda sua vida a pensar e discutir a “Teoria do Meio”, designação empregada por Meyrowitz para distinguir os autores que partilhavam pensamentos comuns em relação aos efeitos dos meios de comunicação.

A “Teoria do Meio” não desconsidera o conteúdo da mensagem, mas concentra sua atenção sobre o canal, pois ele pode trazer consequências mais significantes. Além disso, o que Meyrowitz propõe é que a atenção deixe o nível das instituições e volte-se para o nível dos indivíduos, ou seja, como os meios de comunicação eletrônicos modificam a interação mútua dos indivíduos.

Graças a esses autores e a importância que eles deram ao meio de comunicação, como transformador de indivíduos, pudemos repensar as problemáticas dos *videogames* no contexto atual. Nesse sentido, tornamos a reafirmar que os meios de comunicação assumem muita relevância tanto no cotidiano quanto no ambiente criado e transformado pelo próprio homem.

Salienta-se discutir, aqui, a trajetória que vai das informações ao conhecimento humano e suas implicações nos modos comportamentais e culturais diretos e indiretos da sociedade humana. Com a impressão de palavras e textos, pudemos ter acesso a grandes quantidades de informações que poderiam atravessar o tempo. Isso é fato. Mas, não podemos deixar de considerar que o meio impresso fez com que utilizássemos apenas a visão e atrofiássemos os outros sentidos. As ideias de McLuhan preconizavam um resgate total dos sentidos. No entanto, em seu contexto, esses mesmos sentidos estavam restritos aos meios da época (telefone, rádio, cinema e televisão).

Nesse sentido, os *videogames* não fariam um resgate mais completo? Os

videogames, sozinhos, completariam o trabalho iniciado por todos os meios elencados por McLuhan. Por outro lado, mesmo diante de todas as discussões amparadas nas ideias dos autores da “Teoria do Meio”, ainda não existe uma teoria capaz de repensar e justificar as possibilidades dos *videogames*, no contexto contemporâneo, pois os papéis sociais são questionados, modificados e transformados e as potencialidades humanas propostas por seus *games* são exploradas a uma profundidade que vai muito mais além das apreensões lineares pressupostas nos outros meios.

Nosso trabalho ainda levantou questões que defendem a ideia de que os *videogames* rompem com os modelos cognitivos explorados até então. Mas, não foi nosso propósito aprofundar tais questões.

A escolha do *game Def Jam: Fight For New York* foi algo inesperado e que muito contribuiu para o andamento de nossas pesquisas, devido à riqueza de informações que esse jogo nos possibilitou elencar. Adquirido de maneira desprezível, qual foi a nossa surpresa, ao inseri-lo no console e iniciá-lo? Poderíamos construir nosso avatar à nossa semelhança. Tal possibilidade nos fez buscar as questões históricas de *design* de *games* e suas personagens, mais, especificamente, o gênio de Miyamoto e um famoso encanador, chamado “Mário”. O que denominamos como “A Revolução de Miyamoto” foi o pontapé inicial para que produtos, como DJFFNY, pudessem existir e para que pudéssemos, através da manipulação de *pixels*, criar identidades outras de acordo com nossos desejos.

O avatar de DJFFNY, bem como todas as possibilidades que os avatares podem representar, na contemporaneidade, demandou, inevitavelmente, que o associássemos aos heterônimos de João Pessoa. Na modernidade, a ideia do *self* unitário deve ser transcendida e o indivíduo deve ser descentralizado, deve interpretar papéis sociais diversos em diversos momentos de seu cotidiano. Em outras palavras, deve ser outros para que possa sentir o outro e, sendo outro, sentir ele próprio e sobreviver no dinâmico – e mutante – mundo pós-moderno *virtualizado*. Ao tornar-se avatar, o *gamer* incorpora e experimenta suas sensações de maneira real. Nesse outro “eu” temporário, o *gamer* pode sofrer junto com seu avatar e tudo que está contido na narrativa do *game*. Nesse sentido, pode-se considerar que o avatar caracteriza-se como um heterônimo *pessoano*, por sentir as sensações do outro. Podemos caracterizar o trânsito entre múltiplos “eus” a múltiplos instantes ao

jogo. É o terreno em que ocorre o grande jogo “do você com você mesmo e do você com a sociedade”. Assim, se jogamos com a identidade para viver, ela poderá ser encarada como um constante movimento de criatividade.

Na contemporaneidade, tudo é jogo, pois o real fora substituído por metáforas. Nos *videogames* podemos experimentar situações simuladas e inventar, tão completamente, que podemos sentir emoções que não sentíamos. São sensações que se tornam reais através do *game* e de tudo que está contido nele. Assim, como em nosso cotidiano, em *videogames* também precisamos inventar todas as vezes que pretendemos viver. Ou seja, se não inventamos, não vivemos. Assim como Pessoa, ao criar os heterônimos, trata-se de um exercício que é um trabalho criativo expresso metaforicamente, que inventa o próprio “eu”, que cria a vida e o mundo. Por isso, reafirmamos que os *videogames*, enquanto laboratórios para a construção da(s) identidade(s) e uma oportunidade para se jogar com elas, será uma máquina de produções heteronímicas.

Para finalizar, embora tenhamos consciência de que seria importante discutir a cultura, na complexidade dos aparatos tecnológicos, mais especificamente, das práticas propiciadas pelos *videogames*, não foi nosso propósito aprofundar essa discussão, visto que resultaria em conteúdo para um novo trabalho.

6 REFERÊNCIAS

A HISTÓRIA DOS VIDEOGAMES EM 40 CAPÍTULOS. Disponível em:

<<http://outerspace.ig.com.br/retrospace/>>. Acesso em: 02 fev. 2008.

AARSETH, E. Computer game studies, year one. **Gamestudies:** The international journal of computer game research, v. 1, issue 1, July, 2001. Disponível em:

<<http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>>. Acesso em: 03 nov. 2010.

ABBAGNANO, N. **Dicionário de filosofia.** São Paulo: Martins Fontes, 2007.

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento:** fragmentos filosóficos, Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ALMEIDA, R. **Fernando Pessoa e o pós-moderno:** uma leitura mítico-simbólica da heteronímia. Disponível em:

<<http://www3.mackenzie.br/editora/index.php/reahc/article/viewFile/500/319>>.

Acesso em: 06 mai. 2011.

BARTHES, R. Introduction à l'analyse structurale dès réctis. **Communications**, v. 8, p. 1-27, 1966.

BAUDRILLARD, J. **Tela total.** Porto Alegre: Sulina, 1997.

_____. The ecstasy of communication. In: FOSTER, H. (org.), **The anti-aesthetic essays on post-modern culture.** Washington: Bay Press, 1983, p. 126-127.

BETTETINI, G. **L'audiovisivo: dal cinema ai nuovi media.** Milão: Bompiani, 1996.

BRAGA, A. (org.). **CMC, identidades e gênero:** teoria e método. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005.

BRAND, S. **The media lab: inventing the future at MIT**. Harmondsworth: Penguin, 1988.

BROUGÈRE, G. **Brinquedo e cultura**. São Paulo: Cortez, 1997.

BUCKLEY, W. **A sociologia e a moderna teoria dos sistemas**. São Paulo: Cultrix, 1976.

CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem**. Lisboa: Cotovia, 1990.

CASAI MONTEIRO, A. **A poesia de Fernando Pessoa**. Lisboa: INCM, 1985.

CASTELLS, M. A cultura da virtualidade real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas. In: _____. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999, p. 413-466.

CAVALLI-SFORZA, L. L.; FELDMAN, M. W. **Cultural transmission and evolution: a quantitative approach**. Princeton: Princeton University Press, 1981.

CAVALLI-SFORZA, L. L. et al. **Theory and observation in cultural transmission**. Science, v. 218, p. 19-27, 1982.

CHI, M. T.; KLAHR, D. Span and rate of apprehension in children and adults. In: **Journal of Experimental Child Psychology**, n. 19, p. 434-439, 1975. Disponível em: < <http://www.psy.cmu.edu/faculty/klahr/personal/pdf/chiklahr75.pdf> >. Acesso em: 10 set. 2009.

DANCE, F. E. X. **Teoria da comunicação humana**. São Paulo: Cultrix, 1973.

EAGLETON, T. **Ideologia: uma introdução**. São Paulo: Boitempo, 1997.

ENZENSBERGER, H. M. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação**. São Paulo: Conrad, 2003.

EPSTEIN, I. **O signo**. São Paulo: Ática, 1986.

FERREIRA, J. **Ortonímia, heteronímia e pseudonímia**. 2001. Disponível em: <<http://www.usinadeletras.com.br/exibelotexto.php?cod=4734&cat=Artigos&vinda=S>>. Acesso em: 04 mai. 2011.

FISCHER, B. A. **Interpersonal communication: pragmatics of human relationships**. New York: Random House, 1987.

FRANCO, S. **O construtivismo e a educação**. Porto Alegre: Mediação, 1995.

FRASCA, G. **Ludologists love stories too: notes from a debate that never took place**, 2003. Disponível em: <http://www.ludology.org/articles/Frasca_LevelUp2003.pdf>. Acesso em: 06 mar. 2009.

FRASCA, G. **Narratology meets ludology: similitude and differences between games and narrative**. Helsinki: Parnasso#3, 1999. Disponível em: <<http://www.ludology.org/articles/ludology.htm>>. Acesso em: 05 mar. 2009.

GENETTE, G. **O discurso da narrativa**. Lisboa: Veja, 1995.

GIL, J. **Fernando Pessoa ou a metafísica das sensações**. Lisboa: Relógio D'Água, 1987.

GOODMAN, N. **Languages of art: an approach to a theory of symbols**. Cambridge: Hackett Publishing Company, 1976.

GOSCIOLA, V. **Roteiro para as novas mídias: do game à tv interativa**. São Paulo: Senac, 2003.

GREEN, S.; BAVELIER, D. **Action videogame modifies visual selective attention.** Nature, n. 423, p. 534-537, 2003.

GREIMAS, A. **Semântica estrutural.** São Paulo: Cultrix, 1973.

HACKING, I. **Rewriting the soul.** Multiple personality and the sciences of memory. Princeton: Princeton University Press, 1998.

HAGER, S. **The illustrated history of break dancing, rap music, and graffiti.** Nova Iorque: St. Martin's Press, 1984.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HAVELOCK, E. **A revolução da escrita na Grécia e suas consequências culturais.** São Paulo: UNESP/Paz e Terra, 1996.

HAVELOCK, E. **Preface to Plato.** Cambridge: The Belknap Press of Harvard University, 1963.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens.** São Paulo: Perspectiva, 2001.

INNIS, H. **Empire and communications.** Londres: Oxford University Press, 1950.

_____. **The Bias of Communication.** Toronto: University of Toronto Press, 1999.

JULL, J. **The game, the player, the world:** looking for a heart of gameness. Disponível em: <<http://www.jesperjull.net/text/gameplayerworld>>. Acesso em: 13 abr. 2009.

KELLNER, D. **A cultura da mídia.** Bauru, São Paulo: EDUSC, 2001.

KERCKHOVE, D. **Arquitetura da inteligência: interfaces do corpo, da mente e do**

mundo. In: RODRIGUES, D. (org.) **Arte e vida no século XXI**. São Paulo: Unesp, p. 15-26, 2003.

KOSTER, R. **A theory of fun for game design**. Phoenix: Paraglyph Press, 2004.

LEBEL, J. P. **Cinema e ideologia**. São Paulo: Mandacaru, 1989.

LE MOS, A. **Anjos interativos e retribalização do mundo**. Sobre interatividade e interfaces digitais. Disponível em:
<<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>>. Acesso em: 04 jun. 2009.

LEVI-STRAUSS, C. **Antropologia estrutural**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. São Paulo: Editora 34, 2004.

LOTMAN, I. **A estrutura do texto artístico**. Estampa: Lisboa, 1978.

MACHADO, A. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

MAFFESOLI, M. **No fundo das aparências**. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

MALINOWSKI, B. **Uma teoria científica da cultura**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: MIT, 2001.

MARCONDES, C. **Ideologia**. São Paulo: Global, 1997.

MARX, K; ENGELS, F. The communist manifesto. In: _____. **Resolutions of 1848**. Harmondsworth: Penguin Books, 1973.

MCGONIGAL, J. **The reality is broken**. London: The Penguin Press, 2011.

MCLUHAN, S; STAINES, D. **McLuhan por McLuhan**: conferências e entrevistas. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

_____. **Os meios são as mass-agens**. Rio de Janeiro: GB, 1969.

_____. **The Gutenberg galaxy**: the making of typographic man. Londres: Routledge & Kegan Paul, 1962.

MEYROWITZ, J. **No sense of place**: the impact of electronic media on social behavior. New York: Oxford University Press, 1985.

MURRAY, J. **Hamlet no holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

NIETZSCHE, F. **A gaia ciência**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

_____. **Aurora**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

NOGUEIRA, L. **Narrativas fílmicas e videojogos**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2008.

PASSERINO, L. M. **Avaliação de jogos computadorizados**. TISE98 – Taller International de Software Computacional, 1998. Disponível em: <http://www.ufmt.br/ufmtvirtual/textos/se_avaliacao_jogos.htm>. Acesso em: 05 mar. 2009.

PEREIRA, V. Tendências das tecnologias de comunicação. In: PEREIRA DE SÁ, S.; ENNE, A. (org.) **Prazeres digitais**: computadores, entretenimento e sociabilidade.

Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais Ltda., 2004.

PESSOA, F. **Carta a Adolfo Casais Monteiro**, 1935. Disponível em:
<<http://arquivopessoa.net/textos/3007>>. Acesso em: 06 mai. 2011.

_____. **Livro do Desassossego**. Lisboa: Ática, 1997.

_____. **O desenvolvimento do pensamento**: equilibração das estruturas cognitivas. Lisboa: Dom Quixote, 1977.

_____. **Obra em prosa**. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1976.

_____. **Obra Poética**. Rio de Janeiro: José Aguilar, 1960. Disponível em:
<<http://arquivopessoa.net/textos/4306>> Acesso em: 06 mai. 2011.

_____. **Poesias de Álvaro de Campos**. Lisboa: Ática, 1944. Disponível em:
<<http://arquivopessoa.net/textos/163>> Acesso em: 06 mai. 2011.

PIAGET, J. **Biologia e conhecimento**. 2. ed. São Paulo: Vozes, 1996.

PONTES, F. A. R.; MAGALHÃES, C. M. C. **A transmissão da cultura da brincadeira: algumas possibilidades de investigação**. Psicologia: reflexão e crítica. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, v. 16, n.1, p. 117-124, 2003.

POSTALI, T. **Práticas culturais urbanas**: estudo sobre o blues e o hip hop como comunicações específicas de grupo. Sorocaba: UNISO, 2010.

POSTER, M. **The mode of information**. Poststructuralism and social context. Chicago: The University of Chicago Press, 1990.

POSTMAN, N. **Amusing ourselves to death**: public discourse in the age of show business. New York: Penguin books, 1985.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PROPP, V. **Morfologia do conto maravilhoso**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1984.

PROUST, M. **Em busca do tempo perdido**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.

RICOUER, P. **La métaphore vive**. Paris: Éditions du Seuil, 1975.

_____. **Interpretation theory: discourse and the surplus of meaning**. Fort Worth: Texas Christian University Press, 1976.

_____. **Teoria da interpretação**. Porto: Porto Editora, 1995.

ROSENBERG, B.; WHITE, D. M. **Cultura de massa**. Cultrix: São Paulo, 1957.

RUSHKOFF, D. **Playing the future: how kid's culture can teach us to thrive in an age of chaos**. Nova Iorque: Harpercollins, 1996.

SABBAH, F. The new media. In: CASTELLS, M. (org.) **High technology, space and society**. Califórnia: Sage, 1985.

SANTAELLA, L. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker, 2001.

_____. **Games e comunidades virtuais**. 2004. Disponível em:
<<http://www.canalcontemporaneo.art.br/tecnopoliticas/archives/000334.html>>.
Acesso em: 22 out. 2008.

_____. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. 2 ed. São Paulo: Paulus, 2004.

SATO, A. **O caráter interpretativo da representação de personagem no videogame**. Universidade Anhembi Morumbi, 2004. Disponível em: <<http://www.sbgames.org/papers/sbgames07/artanddesign/full/ad6.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2008.

SEGRE, C. **Introdução à análise do texto literário**. Lisboa: Editorial Estampa, 1999.

SENA, J. O heterônimo Fernando Pessoa e os poemas ingleses que publicou. In: _____. **Fernando Pessoa & Cia Heteronímica**. Lisboa: Edições 70, 2000.

SFEZ, L. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994.

SHOHAT, E; STAM, R. **Crítica da imagem eurocêntrica**. São Paulo: Cosac Naify, 2006, p. 40.

SIMS, R. **Interactivity**: a forgotten art? Disponível em: <<http://intro.base.org/docs/interact/>> Acesso em: 05 jun. 2009.

SLATER, D. Social relationships and identity online e offline. In: LIEVROW, L.; LIVINGSTONE, S. (org.) **The handbook of new media**. Social shapping and consequences os ICTs. London: Sage Publications, 2002.

_____. **Trading sexpics on IRC**: embodiment and autenticity on the Internet. *Body and Society*, v. 4, n. 4, 1998, p. 91-117.

STEINBERG, C. **Meios de comunicação de massa**. Cultrix: São Paulo, 1972.

STEUR, J. Defining virtual reality: dimensions determining telepresence. In: **Journal of Communication**, v. 42, Issue 4, Autumn, 1992, p.72-93.

TAYLOR, C. **Sources of the self**. The making of modern identity. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. 2. ed. Petrópolis, Vozes, 1998.

_____. **Ideologia e cultura de massa:** teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa, Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

TODOROV, T. **Gramática do Decameron.** São Paulo: Perspectiva, 1982.

TURKLE, S. **Life on the screen:** identity in the age of the internet. Nova Iorque: Simon & Schuster, 1995.

VANNUCCHI, A. **Cultura brasileira.** O que é, como se faz. 4 ed. São Paulo: Loyola. 2006.

VAUGHAN, T. **Multimedia:** making it work. 17 ed. Nova Iorque: Osborne McGraw-Hill, 2008.

WILLIAM, Mitchell J. **E-topia:** a vida urbana, mas não como a conhecemos. São Paulo: Senac, 2002.

WILLIAMS, R. **Cultura.** 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 2000.

WOLF, M. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Presença, 1995.

WOLFF, J. **A representação social da arte.** São Paulo: Zahar, 1982.