

3 Meios e mediações em transformação

Ao se construir o corpo teórico necessário para a discussão do que viria a ser a transposição da telenovela, há o desafio de delinear antes um panorama claro, consistente e organizado do cenário de transformações nos meios e mediações que testemunhamos hoje. Tendo em vista, entretanto, que o tempo onde se desenvolvem tais fenômenos é o *agora*, o campo de estudo, em formação e efervescência, não reúne ainda um conjunto de teorias e categorias que possam ser julgadas definitivas. O caminho, assim, foi aprofundar aquilo mais pertinente e consistente, que se relacionasse diretamente com os objetivos propostos, obtendo um recorte apenas das transformações que partem ou produzem efeitos nos meios e mediações, e onde a comunicação, como disciplina, acaba sendo recurso primordial.

Nesse contexto, é possível situar um ponto de partida na chamada Escola de Toronto, cujo mais célebre representante, Marshal McLuhan, volta a ser frequentemente citado. Há uma corrente de pensadores e pesquisadores contemporâneos que evocam as ideias de McLuhan como suporte tanto para se entender os meios enquanto extensões e suas evoluções do ponto de vista fenomenológico - e do qual as novas mídias seriam continuação - como também de uma abordagem metodológica para melhor compreender a relação dessas novas mídias com suas dimensões culturais, materiais e cognitivas. McLuhan, cujos textos são carregados de ambiguidades, é autor da afirmação *o meio é a mensagem* que sintetiza de forma muito oportuna a costura do que é apresentado no decorrer deste capítulo. Ao invés de colocar isoladamente o conteúdo (mensagem) ou o processo e materialidade tecnológica dos meios como centros do estudo das dinâmicas da comunicação, McLuhan (1969) sugere que o olhar deve se voltar para o fato de que o meio e a mensagem se ligam em aspectos muito mais profundos e interdependentes como extensões do homem. As

mensagens são resultado de um conjunto de códigos - ou linguagem - que o meio inevitavelmente estabelece e impõe, e é necessário ao receptor reconhecer e decodificar isso para que haja a comunicação, ao mesmo tempo em que o produtor na medida em que aumenta o seu domínio sobre os códigos torna mais efetiva a experiência final que produz. Mais que isso, o autor sugeria que os meios são determinantes na formação da cognição necessária para o consumo ou uso do próprio meio, como também para a leitura e interpretação de toda realidade - mesmo a que chega sem intervenção tecnológica, e assim, também, modificando nossa experiência com os meios predecessores. Tem-se o cuidado aqui, ao considerar os textos de McLuhan, de não ver tais afirmações sob um determinismo tecnológico que por vezes o autor deixa transparecer, mas é de vital importância o fato de que o meio tem papel central na consolidação das transformações pelo qual a sociedade passou, sobretudo na sua história mais recente. Outros autores também reforçam essa tese, como Lucia Santaella (2007), que afirma:

a natureza se transforma continuamente pela ação humana e, transformando a natureza o ser humano transforma a sua própria natureza. [...] Ora, transformações são, via de regra, de caráter técnico e, mais recentemente, de caráter tecnológico. Assim as mudanças técnicas e tecnológicas foram tornando o ambiente natural mais denso, uma densidade a qual o ser humano se adapta. Essa adaptação se dá, entre outros fatores, porque muitas das tecnologias são tecnologias de linguagem (p. 202).

Da mesma forma que chama a atenção, fazendo referência a Piscitelli, para o fato de que

nenhuma tecnologia da comunicação borra ou elimina as tecnologias anteriores, mas pode alterar a quantidade de uso das tecnologias precedentes e seu poder de dominação na vida cotidiana e, portanto, da cognição. E, assim, uma geração tecnológica não extingue as outras, juntam-se na composição intrincadíssima de uma cultura hiper-híbrida, [...] cultura que caracteriza o nosso tempo e nasce da mistura de todas as formas de cultura, [...] todas elas interconectadas. [...] Outra questão que precisa ser levada em conta é que as mudanças geracionais nas tecnologias da comunicação criam efeitos sociais, culturais, técnicos e cognitivos, cujo nível de efetividade e

de penetração depende da natureza e do alcance da implementação das tecnologias em cada cultura (p. 200-201).

Em texto de 1994, Carrière faz das ideias de McLuhan pano de fundo para um ensaio sobre a linguagem do cinema. A obra relata o caso onde uma tribo de africanos, ao serem expostos pela primeira vez ao cinema, não foram capazes de compreender nem se deixar envolver pela experiência cinematográfica porque não estavam *treinados* para decodificá-la. O cinema possui um determinado conjunto de signos e regras que permite que seja possível a alguém decifrar, entender e interpretar o que ali está sendo comunicado, e uma vez de posse dessas novas ferramentas de interpretação de mundo, o cinema, como diz, “também existe necessariamente fora das salas de projeção; faz parte do nosso cotidiano. [...] Um filme oculto, feito de milhares de outros, se infiltrou em nossa maneira de olhar as coisas” (p. 175). Entende-se, portanto, que a forma como entendemos o mundo passa necessariamente pelo repertório de mediações que temos, formado a partir das experiências com os diversos meios e mediações a que fomos, estamos e estaremos expostos. Carrière adota a expressão *gramática* para fazer referência a esse repertório.

Cabe também ainda examinar a própria definição de mídias. Santaella (2007) defende que as mídias não funcionam como um “monolito indistinto” (2007, p.127), mas ao invés disso é possível definir ciclos ou formações culturais que derivaram de cada avanço das tecnologias da comunicação e nascimento de uma nova mídia, sendo as mais recentes as que denomina como *cultura das massas*, *cultura das mídias* e *cultura digital*, e onde cada etapa possui características que lhes são próprias.

Cada nova mídia traz consigo um ciclo cultural que lhe é próprio e fica impregnado de todas as contradições que caracterizam o modo de produção econômica e as conseqüentes injunções políticas em que um tal ciclo cultural toma corpo” (Santaella, 2007, p.128).

Por mais que uma determinada formação cultural tenha suas características específicas em decorrência de transformações nas mídias, o surgimento de um

novo meio não leva os anteriores ao desaparecimento. Acontece uma miscigenação, uma mistura, uma interpenetração. É fato, por exemplo, que a cultura escrita não acabou com a oral, ou que a cultura das mídias não teria substituído a cultura das massas. Da mesma forma, as novas tecnologias não fizeram com que desaparecessem a escrita ou a imprensa. Pode-se dizer, inclusive, que a Internet *depende* da escrita, ou que o cinema e a televisão *intensificaram* a cultura oral. A pintura não deixou de existir porque surgiu a fotografia, nem o teatro acabou depois da invenção do cinema. O jornal não fez desaparecer o livro, e ambos não desaparecerão com o surgimento da informática. A televisão não só não extinguiu o cinema como, pelo contrário, se utiliza muito dele em seus produtos. Todas as formas culturais coexistem sincronizando-se no que Santaella (2007) chama de *trama cultural híbrida e hipercomplexa*, através de sobreposições e complementaridades. E isso é explicável pela característica cumulativa da cultura (no sentido das interações entre tradição e mudança, e persistência e transformação). Mudam os suportes e a tecnologia de produção, mas mesmo quando isso acontece, permanece a *linguagem* que foi criada com cada um deles.

Ecologias midiáticas são intrincadamente enredadas porque novas mídias são introduzidas em uma paisagem humana já povoada por mídias precedentes. Longe de levar as anteriores ao desaparecimento, a mídia emergente vai se espremendo entre as outras e gradativamente encontrando seus direitos de existência ao provocar uma refuncionalização nos papéis desempenhados pelas anteriores (Santaella, 2007, p.232).

Ao mesmo tempo, é fato também que as mídias ou tecnologias que surgem e conquistam aceitação considerável acabam se sobressaindo em relação às demais. Estamos testemunhando isso hoje com a *cibercultura*⁷ e com alguns dos seus elementos mais significativos, como a Internet e os dispositivos móveis de comunicação. No entanto, a relevância e adoção dessas novas formas não é suficiente para extinguir as demais, e ocorre que pelas características que as novas

⁷ “A cibercultura é a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais” (Lemos, 2003, p. 12)

mídias possuem acabam absorvendo as outras de uma forma inédita. Desde o jornal, passando pela televisão e agora nas mídias digitais, as linguagens se misturam com cada vez maior facilidade, fazendo com que se desenvolva a reboque uma cognição também híbrida, de mentes híbridas. Partindo disso, Santaella (2007) vai afirmar que no caso da cultura contemporânea, e no surgimento das mídias e tecnologias atuais, o fator mais importante para se compreender essa complexidade está na característica de ser justamente um caldeirão de misturas e hibridizações. O hibridismo das novas mídias, segundo Santaella, é umas das principais marcas registradas dessa forma cultural em que nos encontramos agora.

Partindo do conceito de *ecologia midiática* no sentido do conjunto das tecnologias comunicacionais e práticas econômicas, políticas, institucionais e culturais que se desenvolvem com essas tecnologias, Santaella (2007) também defende que toda vez que uma nova tecnologia surge é como se acrescentássemos uma nova camada de complexidade a essa teia, e ela sugere uma lista daquelas que considera serem as características da *paisagem midiática atual*: a) inovativa, por se tratar de um período de mudanças tecnológicas profundas; b) transformativa, como uma fase de experimentações estéticas e sociais ao mesmo tempo em que todos absorvemos as mudanças nas tecnologias; c) convergente, uma vez que a comunicação se dá pelo cruzamento de múltiplos canais e origens; d) multimodal, como sendo o quanto um determinado conteúdo pode ser encontrado em variadas representações; e) global; f) em rede; g) móvel; h) apropriativa, onde há um facilitamento pelas novas tecnologias para o arquivamento, anotação, apropriação e recirculação de conteúdo; i) participativa, quando se confundem as esferas antes bem separadas entre produtor e consumidor, e há crescente engajamento ativo em torno do conteúdo midiático; j) colaborativa, com emergência de dinâmicas compartilhadas de gestão do conhecimento e criação; k) diversificada, como reflexo de uma sociedade multicultural; l) domesticada, querendo dizer que as mídias estão perfeitamente integradas ao cotidiano de interações sociais; m) geracional, pelas diferenças grandes que existem entre gerações no domínio, hábitos e postura diante das

mídias e; n) desigual, uma vez que as oportunidades, habilidades e acesso às tecnologias está distribuído de forma desigual na população.

Outras vertentes dão conta ainda de dar outros contornos às novas mídias. De Kerckhove (2009), autor que estende e atualiza muitos pressetitos da Escola de Toronto, reúne um enorme conjunto de reflexões sobre a realidade eletrônica enquanto extensão do homem. De Kerckhove vai afirmar e descrever facetas de um processo de alterações de percepção e extensão dos nossos sentidos que caracterizam o aporte desses recursos, introduzindo também alguns conceitos, tal como a sua *psicotecnologia*. Enquanto outros meios na história foram extensões mais diretas de nossos corpos e nossos sentidos, os computadores, e conectados em rede, são uma extensão do cérebro do homem, do sistema nervoso central e da própria consciência.

Outro conceito também importante e que tem sido frequentemente discutido é o de as novas mídias serem geradoras de uma chamada *cultura convergente*, ideia que é título da obra do pesquisador Henry Jenkins (2008). Dentre os diversos pontos que são examinados pelo autor, destaca-se o alerta que faz no sentido de que tal fenômeno dentro da dinâmica de consumo de produtos midiáticos, especialmente entretenimento, é algo presente e em plena evolução independente da iniciativa das empresas produtoras de fazê-lo.

Dado esse primeiro panorama de entendimento da questão das mídias e do contexto em que nos encontramos, parte-se para o exame mais detalhado do problema, cujo caminho será percorrido da seguinte forma: primeiro um recorte factual em relação ao que é possível observar traduzido em números da expansão das novas mídias, com destaque para uso da Internet, redes sociais e dispositivos móveis. Em seguida toma parte uma imersão em algumas das características intrínsecas a essas transformações, vistas sob três aspectos: materialidade das novas mídias e sua linguagem, produção de discurso e narrativa, e as questões de recepção. Para complementar, uma breve análise do fenômeno dos jogos eletrônicos, exemplos por excelência de muitas dessas transformações.

Cabe ainda definir alguns termos usados e que foram eleitos entre muitos mais para designar conceitos aqui discutidos. É exemplo a expressão “novas mídias” que define, tal como Santaella (2007) afirma, qualquer forma de

expressão que tenha como base o código digital, incluindo toda e qualquer mídia digital. Ou ainda “objetos das novas mídias”, termo usado por Lev Manovich (2001) para designar tudo aquilo que de fato é produzido e/ou consumido através das novas mídias. Aqui ainda vale-se desse termo como sinônimo de qualquer produto de mídia, seja ele relacionado à natureza das novas mídias ou das demais, e é útil nesse sentido porque é neutro, não remetendo a nenhuma característica específica dos meios aos quais está relacionado. Ciberespaço, também bastante utilizado, é a rede de comunicações interconectadas pelo computador, e que inclui a Internet mas não se resume a ela (Lévy, 1999).

3.1 Dos fatos

Na medida em que experimentamos e tomamos ciência das novas mídias, surgem pesquisas e estatísticas que dão um panorama mais tangível dos fenômenos e transformações em curso, deixando visíveis em certa medida a expansão das tecnologias de informação e comunicação, além de alguns impactos que estas provocam. Lev Manovich (2008) publicou um artigo chamado *The Practice of Everyday (Media) Life* (A Prática da Vida (Mediada) Diária) onde chamava atenção para dados, já impressionantes, do uso de canais e consumo de conteúdos pela web, sobretudo atrelados a redes sociais, blogs e ao YouTube. Ele quis questionar com isso se o entendimento a respeito do mundo muda quando as pessoas acessam todas as notícias via blogs, na comparação com que acessa as mesmas informações por jornais. Não há ainda uma resposta definitiva a essa pergunta, mas é razoável dizer que sim, da mesma forma que, passados já mais de dois anos do período em que foram colhidas tais estatísticas por Manovich, não tenha havido qualquer desaceleração nesse processo. Nosso dia-a-dia é cada vez mais invadido por novas formas de acesso e consumo de informação, entretenimento e novas práticas sociais derivadas.

O relatório anual chamado *How Much Information?*⁸, produzido sob coordenação da Universidade da Califórnia em San Diego, mediu o consumo de

⁸ Fonte: <http://hmi.ucsd.edu/howmuchinfo.php>

informação através dos meios nos USA em 2008, comparando a proporção de uso das mídias como fonte de informação nos anos 60, 80 e naquele ano. O gráfico, chamado *Evolução da Leitura*, mostra que em 1960 quase 50% do consumo estava concentrado em televisão, 26% em mídia impressa e cerca de 20% em rádio. Vinte anos mais tarde, a televisão aparece com cerca de 70% de concentração, o rádio mantendo aproximadamente o mesmo percentual, e mídia impressa caindo a 12%; o telefone, que era residual na década de 60, alcança cerca de 5%. Em 2008 o cenário se altera drasticamente, com a entrada em cena do computador. Ele alcança 27% de concentração e que se somado aos jogos de computador (categoria distinta no relatório) o total chega a 30%. A TV tem significativa queda, para 45%, e a mídia impressa cai a 9%.

Na comparação TV com Internet, testemunhamos o crescimento de produtos que facilitam uma prática também em ascensão: o consumo sob demanda de conteúdo, por assim dizer, “televisivo”, que são baixados ou transmitidos diretamente da Internet. No mercado há opções que são aparelhos que se conectam ao televisor, como Google TV e o Apple TV, mas também softwares ou websites que dispensam um aparelho e prestam esse serviço a partir dos computadores pessoais, dispositivos móveis ou mesmo consoles de jogos eletrônicos conectados à Internet. Neste grupo estão, por exemplo, Hulu e TV.com, além do Netflix e Boxee. Isso ainda somado aos aparelhos de televisão que já incluem interfaces de acesso à Internet e a conteúdo disponível na rede, e às difundidas práticas de troca livre de arquivos feitos sem controle de direitos autorais. De acordo com o Conference Board, o percentual de americanos que afirmam assistir a TV Online cresceu 20% na comparação de 2009 com o ano anterior⁹. A Netflix, que começou como uma locadora *online* de DVD, passou a oferecer o consumo de filmes e programas de TV via transmissão direta sob demanda, e tem visto esse segundo modelo crescendo significativamente. O número de visitantes ao site da Netflix cresceu quase 50% entre 2009 e 2010¹⁰, e foi a maior expansão dos últimos 5 anos. O tráfego de dados aumentou cerca de

⁹ Fonte: http://www.readwriteweb.com/archives/new_internet_meter_will_officially_measure_web_tv_audience.php

¹⁰ Fonte: <http://gigaom.com/video/netflix-june-traffic-growth-off-the-charts/>

34%, e 1,7 milhão de novos usuários aderiram ao serviço, o que representa aumento de 35% em relação à base de usuários do ano anterior. A empresa tem uma estratégia de distribuir o serviço no maior número possível de dispositivos, previstos para chegar a 100 até o final de 2010. Chama a atenção nesses números a adesão substancial a partir das tecnologias digitais da audiência ao conteúdo televisivo fora da sua lógica clássica de consumo, organizado em canais e programação. Linguagem e conteúdos televisivos seguem interessando ao público, mas não mais da forma convencional. E na medida em que crescem a oferta desse conteúdo através dessas outras plataformas e diferentes telas (a televisão é apenas uma), consolidam-se novas formas do público se relacionar com essas ofertas, seja das pessoas com o conteúdo, ou entre o próprio público, agregando hábitos e ferramentas de interação usuais da Internet.

Outras constatações interessantes dizem respeito apenas ao consumo de vídeos, que coloca lado a lado conteúdo profissional com o amador. Burgess e Green (2009) publicaram amplo estudo sobre o YouTube, maior e mais popular *website* de vídeos, e que hoje pertence ao Google. Os autores tinham o objetivo, tal como eles mesmos afirmam, de desfazer alguns mal entendidos a respeito dessa popular plataforma. Eles consideram que, em geral, há uma visão limitada de pesquisadores que veem o YouTube ou como uma empresa do amplo espectro da economia das novas mídias, ou um lugar criativo e disruptivo em relação às leis de direitos e manifestação pública de ideias. Para além dessas duas dimensões, sugerem que o YouTube seja visto cumprindo função institucional importante, como mecanismo de criatividade individual e coletiva, além de recurso de comunicação para produção de sentido, como um mediador entre um discurso da indústria e as ideologias e discursos da audiência. E que, sem a perspectiva de como a audiência absorve o YouTube no seu cotidiano, qualquer discussão tende a levar a mal entendidos. Fazendo um recorte pelos vídeos que foram mais favoritos, vistos, discutidos e respondidos, apresentam o resultado de que aproximadamente 42% desses foram produzidos originalmente por produtoras de conteúdo (sobretudo estúdios de televisão), que em sua imensa maioria foram colocados no *website* a partir de capturas da TV ou DVDs pelos próprios usuários. Esses vídeos, embora menores em quantidade quando

comparados aos vídeos produzidos por usuários (que são 50% aproximadamente), lideram o número de visualizações com 66%. Ainda como resultado desse levantamento, os autores afirmam que o YouTube, apesar de toda a discussão acerca de direitos autorais, precisa ser visto como um ambiente que abriga um espaço importante de produção de sentido, e que está nisso a causa da prática do usuário colocar lá conteúdo originário dos meios tradicionais. Esse comportamento evocaria a função de reconhecer e reafirmar narrativas e práticas culturais, através do compartilhamento desses fragmentos, o que teria relação com a mudança da relação de consumo que a audiência tem com o conteúdo e as mídias, ilustrando a chamada *cultura da participação* (Jenkins, 2008).

Todos esses fenômenos tendem a se intensificar, uma vez que a adoção e penetração das novas tecnologias, sobretudo nos países em desenvolvimento, segue em acelerada expansão. De acordo com o *website* Internet World Stats¹¹, que divulga estatísticas de acesso e uso da Internet, existiam em 2010 cerca de 2 bilhões de usuários no mundo, o que representa um aumento de mais de 400% se comparado ao número de pessoas que acessavam em 2000. Isso é o mesmo que em torno de 28% da população mundial. Na América Latina, que têm em torno de 200 milhões de usuários, esse percentual da população total chega a 34% e o crescimento em relação ao ano de 2000 ultrapassa a marca de 1000%. O Brasil lidera esse último ranking, com 67 milhões de usuários¹² ou, na estimativa do Internet World Stats, 75 milhões ao final de 2010. Representaria assim penetração acima de 37% da população e crescimento de 1400% comparando dados de 2000. E o país ocupa já a quinta posição mundial em número absoluto de usuários, mesmo que o percentual da população que tem acesso ainda seja baixo.

Como um reflexo direto dessa expansão, está o uso da rede como mídia social. Recentemente, a empresa proprietária do Twitter divulgou dados sobre o uso da ferramenta, chamando a atenção para o ecossistema que existe em torno do que ficou conhecido como *microblog*. Em setembro de 2010 foi alcançada a marca de 95 milhões de *tweets* (como são chamadas as mensagens que são postadas pelo Twitter) por dia, o que representaria, num cálculo aproximado, 2,8

¹¹ Fonte: <http://www.internetworldstats.com>

¹² dados de 2009 pelo Ibope/Nielsen, fonte: http://www.tobeguarany.com/internet_no_brasil.php

bilhões em um mês e em janeiro de 2009 eram menos de 200 mil. Em torno de 25% desses *tweets* contém *links* e, em um estudo informal publicado no site Adam Sherk¹³, consta que em março de 2010 o Twitter seria responsável por cerca de 0,7% do tráfego dos sites dos 10 maiores jornais e revistas dos Estados Unidos, enquanto o Facebook responderia por 1%. Apesar da taxa ainda baixa, é o dobro de 2009, que por sua vez já era mais do que o dobro de 2008. Outro dado representativo é o de que o uso do Twitter via dispositivos móveis aumentou 62% de agosto a setembro de 2010, e que 16% dos novos usuários aderem à ferramenta já através de algum dispositivo móvel¹⁴. O Brasil, apesar de em números absolutos de usuários no Twitter ainda não figurar no alto das listas, dados da ComScore de agosto de 2010¹⁵ mostraram que o país está na segunda colocação no percentual de uso da ferramenta no universo de usuários ativos. Cerca de 29%¹⁶ dos *tweets* geram algum tipo de reação que podem ser ou uma resposta ao autor daquela mensagem, ou um *retweet* (espécie de mensagem que inclui uma citação de texto postado por outro usuário). Esse segundo caso responderia por cerca de 20% desse total de reações.

Do Twitter para o Facebook: segundo dados do site Pingdom¹⁷, em fevereiro de 2010 a rede social contava com 400 milhões de usuários no mundo, numa taxa de crescimento de 700 mil novos por dia, ou 21 milhões ao mês; caso mantenha a taxa, chegará à marca de 630 milhões de usuários em 2011. Em agosto de 2008 eram 100 milhões, concluindo-se portanto que o aumento da base terá sido de 600% em apenas um ano e meio. O Brasil é o 18º em número de usuários registrados no Facebook, com 6,2 milhões. Em janeiro de 2010 o Nielsen divulgou números sobre as redes sociais no mundo entre 2007 e 2009: em apenas um ano, o tempo gasto em redes sociais saltou 82%, chegando a 5h35min; e o Brasil é, em números absolutos de visitantes, o terceiro colocado mundial¹⁸.

¹³ Fonte: <http://www.adamsherk.com/social-media/twitter-traffic-to-news-sites/>

¹⁴ Fonte: <http://techcrunch.com/2010/09/02/twitter-stats/>

¹⁵ Fonte: http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/8/Indonesia_Brazil_and_Venezuela_Lead_Global_Surge_in_Twitter_Usage

¹⁶ Fonte: <http://sysomos.com/insidetwitter/engagement/>

¹⁷ Fonte: <http://www.raocubo.com.br/blog/numeros-da-internet-e-o-seu-crescimento/>

¹⁸ Fonte: <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/global/led-by-facebook-twitter-global-time-spent-on-social-media-sites-up-82-year-over-year/>

Desde 2005, o CGI.br (Comitê Gestor da Internet no Brasil) publica um estudo anual chamado Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil (2010). Na sua versão mais recente, com dados de 2009, temos um panorama comparativo do fenômeno no país. No índice que mede a proporção de domicílios que possuem equipamentos tecnológicos de informação e comunicação, entre 2005 e 2009, o cenário era o seguinte: 98% possuem televisão, índice que se manteve praticamente sem alteração; a existência de rádio nos lares caiu de 92% para 86%; a presença de celulares saltou de 61% para 82%; os computadores de mesa dobraram, indo de 17% a 35% dos lares. E, embora seja ainda muito pouco, vale o registro também do crescimento da presença dos computadores portáteis, que de 2005 a 2007 eram apenas 1%, mas saltaram para 5% em 2009. A proporção de lares que também possuem Internet atingiu, em 2008, 27% (ou 13 milhões de domicílios), o dobro de 2005; e pelos dados de pesquisa do IBOPE Mídia (2009) realizada em 2009¹⁹ foi constatado pela primeira vez que a soma das classes C, D e E superaram em número de usuários a soma das classes A e B. Pelo relatório CGI.br, dos lares com acesso à Internet, 66% já possuíam em 2009 banda larga, comparado a apenas 22% em 2005; esse índice ainda é maior na região sul (73%) e destaca-se que mesmo nos lares com renda até 1 salário mínimo, ou de 1 a 2 salários, o índice que era praticamente zero cinco anos antes, atingiu 51% e 62% respectivamente (dos lares que possuem acesso à Internet). Na pesquisa IBOPE, com dados coletados no mesmo período (mas restrita às principais capitais do país), o índice de banda larga chega a 82%. Do total da população brasileira, 43% utilizaram a Internet nos últimos 3 meses (em 2005 eram 24%) e, desse universo, metade acessa de casa, 44% em centros públicos de acesso pago (que inclui *lanhouses*), 26% na casa de outra pessoa e 22% no trabalho. Mas os acessos em *lanhouses*, que explodiram em 2007, mostram tendência de queda em 2009, mesmo que ainda sejam bastante representativos se olharmos apenas para as classes D e E (acessam a Internet de *lanhouses* em uma proporção de 74%). Também na pesquisa CGI.br, que mediu as atividades que os usuários afirmavam desenvolver na Internet, destaque para a

¹⁹ Fonte: <http://www.raocubo.com.br/blog/numeros-da-internet-e-o-seu-crescimento/>

categoria *lazer*, que cresceu de 71% em 2005 para 86% em 2009. A pesquisa do IBOPE traz um aprofundamento maior nesse aspecto, e mostra que acessar redes sociais é uma prática para 69% dos entrevistados, seguido de mensagens instantâneas (63%), assistir vídeos ou ver fotos (57%), ler jornais/notícias (54%), postar vídeos/fotos (43%), fazer download de filmes e músicas (40%) e jogar games (37%). Dos usuários que acessam via lanhouses, 57% afirmam serem as redes sociais os websites que mais acessam, e o número cresce a 64% quando filtram-se apenas mulheres.

Outro monitoramento que tem se tornado frequente dos institutos de pesquisa é penetração e uso de dispositivos móveis, e acesso à Internet desses dispositivos, índice que também vem crescendo significativamente nos últimos anos. 2010 ficou marcado pelo lançamento no mercado do iPad, da Apple. O iPad conta com sistema operacional, experiência de uso e modelo de desenvolvimento, distribuição e comercialização de softwares derivados do que já havia sido inaugurado com o iPhone, aparelho de telefone da mesma empresa. O iPad atende a uma necessidade intermediária de um aparelho para lazer, consumo de informações e trabalho, entre o uso do celular e um computador pessoal portátil, cuja experiência está bastante atrelada à condição de se estar conectado à Internet o tempo todo. Em seis meses desde o lançamento (em abril de 2010) foram vendidas cerca de 7 milhões de unidades do aparelho no mundo, o que o coloca no topo do ranking do dispositivo - que não um telefone celular - que mais rápido vendeu na história²⁰. Falando exclusivamente de celulares, estimativas do banco Morgan Stanley²¹ afirmam que a penetração de aparelhos de celular habilitados para rede 3G (última geração da tecnologia de tráfego veloz de dados, a banda larga do celular) que em 2009 era de 15% no mundo, salte para 43% em 2014. No Brasil, com dados de 2009 da pesquisa IBOPE Mídia (2009), 80% dos entrevistados possuem celular e 4% desses acessa a Internet do aparelho. De quem acessa, 25% o faz diariamente. Em julho de 2010 foi atingida a marca de 187 milhões de celulares ativos no Brasil²², o que, de acordo com os dados já

²⁰ Fonte: <http://www.thebookseller.com/news/131498-apple-ipad-sales-top-7m-in-six-months.html>

²¹ Fonte: <http://mobithinking.com/mobile-marketing-tools/latest-mobile-stats>

²² Fonte: <http://convergiadigital.uol.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inford=23523&sid=8>

divulgados sobre o resultado do censo 2010, praticamente iguala o número de habitantes. Isso não quer dizer ainda que há pelo menos um celular na mão de cada brasileiro, mas podemos estar caminhando para alcançar também essa marca. E apesar de ainda ser baixo o número de usuários de Internet via rede 3G no Brasil, se comparado ao número de celulares totais ativos, o ano de 2010 fecharia com aproximadamente 12 milhões, igualando assim o número absoluto de pessoas que possuem banda larga fixa no país. E se compararmos o primeiro trimestre de 2009 com o primeiro trimestre de 2010, o número de usuários dessa modalidade de Internet quintuplicou²³.

Outro fenômeno que tem chamado muito a atenção dos analistas e do mercado são os expressivos números do segmento de *games* (jogos eletrônicos) no mercado de entretenimento. Segundo o relatório Global Entertainment and Media Outlook 2010-2014, produzido pela PriceWaterhouseCoopers²⁴, esse segmento crescerá 10,6% entre 2010 e 2014, atrás apenas do crescimento da publicidade na Internet. O gasto das pessoas com jogos eletrônicos crescerá aproximadamente 10%, na frente de qualquer outro segmento pesquisado. Em 2009 foi um game (Call of Duty - Modern Warfare 2) - e não livro, filme ou música - o maior lançamento de toda história da indústria do entretenimento. Em 24h foram vendidas 4,7 milhões de cópias do jogo apenas nos Estados Unidos, Canadá e Reino Unido. De acordo com a empresa NewZoo²⁵, 87% da população masculina nos Estados Unidos em 2009 eram jogadores de jogos eletrônicos, gastando em média 11,5 horas semanais nessa atividade. E apesar dos jogos em consoles ou em portais (conhecidos por *jogos casuais*) dominarem a preferência na comparação entre plataformas, com 56% e 53% respectivamente em 2010, o número de jogadores a partir de dispositivos móveis (celulares, iPhone, iPod, iPad) saltou de 17% para 38% entre 2009 e 2010. Além disso, 41% afirma jogar em redes sociais, e num cruzamento interessante de dados, o estudo afirma que

²³ Fonte: http://www.avellareduarte.com.br/projeto/dispositivosMoveis/dispositivosmoveis_estatisticas.htm

²⁴ Fonte: <http://www.scribd.com/doc/34400017/PwC-Entertainment-Media-Outlook-2010-2014>

²⁵ Fonte: http://www.newzoo.com/ENG/1549-Intl_Comparative_%282009%29.html

88% de quem é usuário de alguma rede social, é também um jogador de jogos eletrônicos em pelo menos alguma das plataformas pesquisadas²⁶.

3.2 Das formas e práticas emergentes

Para examinar em profundidade essas transformações nos meios e mediações foi necessária uma clara delimitação de quais aspectos seriam úteis aos objetivos do estudo e vistos sob que pontos de vista. Dado que há a condição no estudo desses fenômenos de se lidar com algo que acontece no tempo presente, tem-se com isso vantagens e desvantagens. Se por um lado está a dificuldade no sentido de colher, entender e organizar ideias e reflexões que ainda estão em processo de formação, por outro dá certa liberdade para que a seleção, descrição e apropriação de conceitos e ideias possam ser modeladas de tal forma a melhor se adequarem aos propósitos desta pesquisa e à natureza do objeto. Da mesma forma, não se tenta aqui encontrar conceitos que sejam totalizadores, mas que se apresentem justamente como um mosaico que fará sentido e será mais rico pensado nos seus cruzamentos e interseções, ao invés de direcionados ou reduzidos a uma ideia agregadora. Como ponto de partida foram úteis algumas das formas mais tradicionais de se pensar e problematizar as mídias nos estudos de comunicação, o que resultou numa abordagem que se distribui em três grandes dimensões, complementares entre si. Primeiro a da materialidade desse novo meio, assumindo que menos importam descrições do aparato técnico em si, mas sim as propriedades e a gramática, códigos e linguagem que esses engendram. A segunda categoria reúne aspectos da produção da mensagem e do discurso, com atenção aos impactos nas formas narrativas que as novas mídias provocam. Na terceira parte está a revisão dos aspectos que remetem à “recepção”, com foco nas novas relações que se estabelecem do público com as novas mídias e consequências disso para questões de autoria.

²⁶ Fonte: http://www.newzoo.com/ENG/1534-Social_Gaming_%282010%29.html

3.2.1 Materialidade e linguagem das novas mídias

Seguindo os preceitos introduzidos por McLuhan (1969), sem o propósito de se ater a descrições técnicas de como funciona a Internet nem aprofundar mais do que o necessário determinados temas, o objetivo é o de explorar onde a materialidade e a linguagem se encontram, e a influência e consequências que exercem uma na outra. Santaella nos lembra que “não há mediação sem signo” (2007, p.189) e que “é justamente a linguagem, camada processual mediadora, que revela, vela, desvela para nós o mundo, é o que nos constitui como humanos” (p.189). Linguagem é o pensamento, como qualquer coisa que de qualquer modo está presente na mente, incluindo percepção e ação. Tudo isso é signo, e todo signo tem um corpo, mesmo quando se apresenta mentalmente e não se materializa em algo físico; não se pode nunca separar a linguagem do seu suporte. Os meios de comunicação são simplesmente dispositivos que fazem circular linguagens, das mais variadas, e que são totalmente dependentes do meio onde se materializam. No sentido que se quer dar neste estudo, e o mesmo a que Santaella (2007) se refere ao se falar em mediação e a tudo que derivará disso, há o pressuposto que é sempre a mediação pela linguagem, pelos signos da nossa afecção, percepção e cognição na relação com o mundo. A autora diz que processos culturais só funcionam culturalmente porque são processos comunicativos que, por sua vez, só são capazes de comunicar porque são processos de linguagem. É justamente a linguagem que nos permite distinguir entre as diversas tecnologias e extensões do homem, aquelas que são verdadeiramente mediadoras e as que não o são.

Partindo disso como crença, tem-se na obra de Manovich (2001) uma profunda e consistente análise, e dela parte essa reflexão. Manovich define novas mídias e as revoluções que provocam como sendo a mudança de toda a cultura para formas de produção, distribuição e comunicação que passam a se basear em computador, ou seja, na forma como estruturalmente e funcionalmente está

construída a informática. Isso é diferente do que os meios de comunicação no passado fizeram, porque altera todos os estágios da comunicação, segundo o autor, o entendimento da linguagem das novas mídias será a essência do entendimento da relação das pessoas com o mundo através daquilo que os computadores e a informatização materializam. Embora tenha sido escrito há quase uma década, onde boa parte do que hoje entendemos como novas mídias não tinha sequer se desenvolvido (é o caso das redes sociais, por exemplo), a abordagem da questão e as conclusões a que o autor chega permanecem consistentes e extremamente úteis.

Linguagem, para Manovich (2001), é o conjunto de convenções, padrões e formas fundamentais que emergem das novas mídias e a que estão sujeitos os *objetos* que são o produto dessas novas lógicas. Para o autor existem cinco princípios que a regem e que vão diferenciar na origem velhas e novas mídias, embora isso não queira dizer que um objeto precise respeitar rigorosamente todos esses pressupostos para ser reconhecido como tal, e sugere que se entenda tais princípios como tendências genéricas de uma cultura sob a égide da *computação*.

Representação numérica é o primeiro princípio, e quer dizer que todo objeto de novas mídias passa a ser composto de dados digitais, tornando-se assim um conjunto de representações numéricas, sejam aqueles criados diretamente no computador ou convertidos a partir de um objeto analógico. É a representação numérica que permite a esses objetos que sejam formalmente descritos através de uma ou mais funções matemáticas e que também estejam originalmente sujeitos a uma manipulação algorítmica, não importando a sua apresentação final reconhecida pelo homem. Todo objeto de mídia passa a ser algo *programável*. Alguns produtos do cinema e da televisão, ainda não considerados como novas mídias, já possuíam em algum grau níveis dissociados de representação, no entanto o que a digitalização altera é a quantificação desses níveis, dessas partes, possibilitando uma manipulação muito mais profunda.

O segundo princípio é o da *modularidade*. Por esse termo o autor quer dizer a estrutura fractal das novas mídias e dos objetos derivados. Não só os elementos que formam esses objetos e seus comportamentos podem ser representados e existentes como uma coleção de partes dissociadas (*pixels*, polígonos, caracteres,

rotinas), como podem ser formados outros elementos a partir destes, sem que se percam necessariamente o acesso e capacidade de manipulação desses componentes em separado ou de suas identidades.

A *automação* é o terceiro princípio, e que já depende da combinação entre representação numérica e modularidade. Um objeto é passível de ter as operações envolvidas na sua criação, manipulação e acesso sujeitas a um processo automatizado. Como exemplos estão algumas padronizações de efeitos e algoritmos que são comumente encontrados em programas de manipulação de imagens ou mesmo processadores de textos. Por vezes a aplicação de tais recursos de automação exigem a ação do usuário, mas outras podem já ser parte do estado inicial de disponibilidade de objeto. No limite desse princípio encontra-se a inteligência artificial (AI, na sigla em inglês), onde algoritmos e padronizações permitem a um sistema reconhecer não só informações, mas seus significados, reagindo a essa interpretação de forma a até mesmo determinar alterações em uma estrutura e comportamentos previamente estabelecidos.

O quarto princípio é o da *variabilidade*, que também é consequência dos outros dois primeiros. Objetos de outros meios, uma vez que estejam prontos ou foram fixados e estabelecidos, ficam presos a esse estado eternamente, mas o objeto das novas mídias pode existir - e potencialmente existe - em muitas e diferentes versões. Objetos criados para outros meios envolvem uma criação humana que manualmente compõe os elementos e conteúdos numa determinada ordem, e assim ele é fixado em um determinado suporte material que por mais que permita a reprodução de inúmeras cópias, cada uma dessas corresponderá sempre fielmente à primeira. Em oposição, os objetos das novas mídias são variáveis, ou seja, dão suporte à criação de inúmeras versões de um mesmo objeto onde cada uma pode diferir da outra de forma substancial. E que mesmo que estejam em algum nível sujeitas à intervenção criativa manual de composição, poderão ainda ser operadas automaticamente pelo computador. Manovich ainda acredita que este princípio em especial tem uma correspondência com anseios pós-modernistas de produção e consumo, que privilegiam valores individuais e customização em detrimento de uma consistência ou conformidade do conjunto, valores que pertencem às formas de se operar as mídias tradicionais de massa.

O último princípio é o da *transcodificação*, que segundo Manovich é o que mais profundamente caracteriza as consequências da computação ou informatização das mídias. Se por um lado um objeto de novas mídias pode manter uma estrutura que permita seu reconhecimento humano (uma imagem, com suas formas e cores, ou um texto, com seus caracteres e construção gramatical), por outro todos esses objetos tem uma estrutura que deriva das convenções de organização de dados da computação (são listas, registros, conjuntos, separação entre estrutura de dados e algoritmos ou funções a que estes estão sujeitos). Ao mesmo tempo em que a apresentação final desse objeto é reconhecível aos olhos humanos e tenha um dado significado, é também constituída de dados legíveis apenas pelos computadores, algo que pertence somente à cosmologia das máquinas e não da cultura humana e nesse nível dialoga com quaisquer outros arquivos, independente do conteúdo, significado ou qualidades formais que essa estrutura carrega. Assim, todo objeto das novas mídias terá sempre duas camadas distintas: a cultural e a computacional, e uma vez que esses objetos são criados, armazenados e distribuídos por computadores, ocorre da lógica da informatização também influenciar a humana, causando efeitos na camada cultural da mesma forma que o inverso também é verdadeiro. O resultado disso é uma mistura dos significados humanos e computacionais nas formas com que as pessoas modelam e entendem o mundo, e o computador da sua maneira o representa.

Além da definição dos princípios, Manovich aprofunda características próprias das novas mídias que resume a quatro diferentes dimensões: a interface, as operações, as ilusões e as formas, fazendo emergir outras reflexões importantes acerca da linguagem e da cultura.

Enquanto tradições culturais, o cinema, a palavra impressa e a interação humano-computador desenvolveram formas únicas de organizar a informação e relacionar espaço e tempo. A interface com que lidamos com essa nova linguagem é o resultado de um hibridismo entre as formas tradicionais herdadas com convenções dessa nova interface. Tem, assim, aspectos que a fazem um ambiente imersivo, mas que ao mesmo tempo oferece um conjunto de opções e ferramentas de controle; que aceita a padronização, mas instiga a originalidade ou

customização; e que oscila intermitentemente entre representação e controle. Nesse sentido, quando olhamos para o problema da interface nas novas mídias devemos nos ater não apenas especificamente às características da interface humano-computador, mas ao que ele chama de interfaces culturais, como aquilo que abarcaria esse conjunto de características que é resultado dessas interferências e é da utilização desses recursos que depende a exploração em seu esplendor da linguagem das novas mídias. Manovich define interface em termos amplos como o código do meio através do qual o ser humano é capaz de se relacionar com uma dada mensagem que por esse meio circula. Tal definição se aproxima da gramática a qual McLuhan se referia para proclamar que o meio é a mensagem. Raramente esse código é um simples mecanismo neutro de transporte, mas algo que interfere na mensagem. Do navegador ao sistema operacional dos computadores, os códigos ali inseridos possuem sua própria lógica, seu próprio modelo de mundo, e toda mensagem ou linguagem que estiver moldada para ser acessível através dessas interfaces invariavelmente estarão limitadas ou deverão incorporar em sua estrutura esses modelos, lógicas e ideologias. E assim, na medida em que essa dada interface cultural das novas mídias se torna o principal código semiótico da sociedade da informação, suas premissas mais fundamentais se reforçam e redefinem os objetos culturais na sua base, que está separado sempre em dois níveis: o conteúdo e a interface. Essa dicotomia faz frente às que couberam em outros momentos de estudos das mídias, como conteúdo e forma, ou conteúdo e meio.

Logo acima dos códigos de interface está a camada que Manovich (2001) chamou de *operações*, definida como aquilo de que são compostos os *softwares*, mas que não se amarram a eles. Não estão também limitadas ao conjunto de tarefas da atividade de se trabalhar com o computador, mas na medida em que são absorvidas, tornam-se formas genéricas de criar, pensar, existir e se relacionar com o mundo na era dos computadores. As pessoas fazem uso das mesmas interfaces e de praticamente os mesmos softwares e operações tanto para trabalhar quanto para se divertir. Manovich acredita que deve-se a isso também a aproximação entre a figura do autor e do leitor (ou produtores e consumidores), fruto dessa relação mais próxima e complementar entre trabalho e atividades de

lazer no computador. Não significa, com isso, que acabaram as diferenças entre essas duas atividades e papéis, mas suas interseções se tornaram muito maiores, diminuindo também o espaço que separa um trabalho profissional de um amador. Para Manovich são cinco as operações que acredita já serem convenções nesses dois sentidos, de integrar softwares e moldar a ação e trabalho com o computador: seleção, composição, teleação, *sampling*, e *morphing*²⁷.

A *seleção* diz respeito à nova lógica da cultura do computador onde raros são os objetos que são criados completamente a partir do bruto, diretamente de uma dada matéria-prima. Ao contrário, é usual que a criação ocorra da junção e tratamento de inúmeras partes já prontas. Em outras palavras, é como se nessa nova era a autêntica criação fosse substituída pela atividade de selecionar itens em um menu ou biblioteca. Os softwares possuem tais bibliotecas e ainda são preparados para receberem *plug-ins*, que são componentes externos disponíveis para se acoplarem ao software principal e que elevam suas capacidades de produção. A própria Internet se encarrega de expandir esse sistema ao infinito, uma vez que para muitos desses softwares é possível um usuário desenvolver por conta própria um componente e torná-lo disponível para quem quiser pegar e usar. Apesar desse processo de seleção a partir de um conjunto pré-existente de objetos ter existido sempre nas práticas de produção de objetos de mídia, nunca foi tão usual, fácil e potencialmente efetivo como com as novas mídias. *Composição* é a segunda operação analisada por Manovich (2001) e tem total interdependência com a primeira, podendo-se dizer que são uma consequência da outra. Em geral, um objeto das novas mídias é formado por uma série de componentes selecionados e combinados, que podem suas partes terem sido criadas pelo próprio autor da composição final, mas também por terceiros que estão sob supervisão do autor principal, ou que simplesmente as tornaram disponíveis em um banco de componentes. Quando a composição está finalizada, via de regra, apaga todo e qualquer vestígio da origem dessas partes, sejam elas quais ou quantas forem, quando foram feitas e quem as criou. O resultado final do ponto de

²⁷ Esses dois últimos serão mantidos no original em inglês, onde *sampling* seria a ação de lidar, manipular ou compor a partir de pequenas partes ou amostras representativas de um todo, e *morphing* a execução de uma dada composição entre dois estados ou partes reconhecidamente diferentes mas onde a junção ou transição entre elas escapa à percepção.

vista de representação é de uma perfeita coordenação, ao mesmo tempo em que estruturalmente conserva uma autonomia de controle que permite ajustar, refazer, substituir ou mesmo excluir quaisquer dessas partes. Quanto maior for esse controle individual sobre um maior número de fragmentos ou partes dessa composição, mais eficiente é essa produção. A última operação discutida em maior profundidade pelo autor, *teleação* é uma importante característica derivada do fato de as novas mídias, eletrônicas, possibilitarem uma comunicação de mão-dupla, diferente do que ocorre com a fotografia ou com o cinema. Essa via faz com que não só se obtenha imagens de lugares diferentes e distantes de onde aquele usuário se localiza, como também faz com que seja possível de alguma forma *estar presente* nesses lugares, agindo e interferindo na realidade à distância e em tempo real.

Ao discutir o que chama de *ilusões*, Manovich (2001) analisa o quanto o computador pode ter redefinido nossos padrões de ilusionismo em relação ao que havia sido feito pela fotografia, pelo cinema ou pelo vídeo. Ou seja, ele reflete sobre os efeitos de realidade que são criados a partir de objetos das novas mídias, descritos em síntese pelo autor como sendo baseados em uma cultura visual que na era do computador “é cinematográfica na sua aparência, digital no nível material e computacional no nível de sua lógica” (2001, p.180). As novas mídias alteram o conceito do que as imagens são porque transformam o espectador num *usuário*. Significa dizer que produzem algo onde o usuário entra, aproxima, clica, manipula, altera; e não mais alguma coisa para o qual simplesmente se olha. Além disso, as novas mídias também transformam imagens em *interfaces* e *instrumentos*. A imagem se torna interativa, funcionando como um intermediário entre uma pessoa e um computador ou outro dispositivo, exigindo que se oscile constantemente entre segmentos ilusórios e outros interativos, entre dois diferentes modelos mentais, entre diferentes atividades cognitivas. A interação humano-computador exige que haja uma pré-disposição à multitarefa como norma, tanto cognitiva quanto social, e que demanda a troca instantânea de determinados estados de atenção, solução de problema, ou qualquer outra capacidade, exigindo desse usuário que experimente e aprenda novas tarefas

sistematicamente. Toda ilusão, nas novas mídias, é de alguma forma subordinada à ação.

Por último, para falar de *formas*, Manovich (2001) lembra que no desenvolvimento das interfaces gráficas para uso do computador sempre estiveram presentes referências do mundo físico, e da mesma forma convenções da interface humano-computador também retornam e mudam a forma como lidamos com o mundo físico. A coleção e a navegação espacial seriam dois exemplos de práticas afetadas por essa relação. Ao serem incorporadas pelo computador sofrem alterações fundamentais. Um banco de dados é bastante diferente de outras formas tradicionais de coleção de documentos, uma vez que permite quase instantaneamente que se acesse, ordene e reorganize milhões de registros quaisquer, contendo diferentes tipos de mídia, assumindo índices múltiplos, e tudo isso dependente apenas de que cada registro contenha um número de campos com valores definidos pelo usuário. O mesmo acontece com a navegação espacial em três dimensões, que se torna padrão como um modo de visualizar uma enorme variedade de informações, tais como moléculas, registros históricos, arquivos, a Internet como um todo, ou a semântica de uma linguagem. Manovich considera a estrutura de dados uma forma de expressão cultural que está para as novas mídias como a narrativa está para o romance ou cinema. A maioria dos objetos das novas mídias não contam uma história, não possuem um início ou fim, e não possuem de fato qualquer desenvolvimento temático que possam organizá-los em uma sequência. São meras coleções de itens individuais onde cada unidade possui, na origem, o mesmo significado e importância das demais. Por base de dados Manovich toma o cuidado de deixar explícito que não quer dizer, necessariamente, a existência literal do que se entende por essa expressão na informática, ou seja, uma coleção estruturada de dados hierárquicos, relacionais, em rede ou orientados a objeto. Ele fala do ponto de vista de experiência do usuário, onde a oferta, seja ela qual for, apresenta-se como coleção de itens através do qual se navega, busca, filtra e se consome, independente de estarem formalmente armazenados num banco de dados. A experiência através desses dados no computador é bastante distinta de ler um romance ou assistir a um filme, ou mesmo de navegar numa estrutura hierárquica como de um catálogo

de biblioteca. Além da diferença na organização, é natural da Internet como meio ser aberta, ou seja, que nada que faz parte dela está completo e nunca estará, tendendo sempre a crescer. Esses fatores contribuem para uma certa lógica antinarrativa. O autor então questiona se poderíamos manter uma narrativa coerente ou qualquer outra forma de trajetória através de um universo com essas características e que está sempre mudando. A resposta é sim e ele evoca determinados tipos de jogos eletrônicos como exemplo. Há nesses jogos um certo limite de elementos e o jogador sabe que é e será um universo auto-contido, sem adições fundamentais e frequentes de novos dados. No entanto, há um propósito claro (do ponto de vista de experiência do jogador) e imutável, uma lógica que permanece inalterada e tem a ver com o objetivo último do jogo e os mecanismos para se atingir esse objetivo. Essa lógica é um determinado *algoritmo*, uma sequência de operações que o computador pode executar e que é familiar ao jogador. Deste ponto de vista o jogo não segue a lógica de banco de dados em sua forma mais direta, ele a possui, mas é primariamente regido por outra lógica, a do algoritmo. O jogador precisa seguir um determinado algoritmo para avançar e vencer, e conforme o jogador avança e tem contato com o universo do jogo, ele descobre e aprende as regras que operam aquele universo criado e que não precisam ser explícitas. Ele tentará formar um modelo mental que o permita lidar com as regras, pelas formas de movimentação e tipos de ações que são permitidas e toda lógica e limites que o computador ou os criadores impõem àquele universo criado. Da mesma forma que lidamos com o mundo sabendo que ele se estrutura em átomos, moléculas e determinadas leis físicas e genéticas, ao lidar com o computador tomamos ciência da sua lógica interna, e essa pode ser reduzida a duas dimensões complementares entre si: estrutura de dados e algoritmos. Qualquer processo ou tarefa pode ser reduzido a um algoritmo, como qualquer elemento do mundo pode ser modelado numa base de dados.

Além de Manovich outros autores contribuem de forma fundamental ao tema. Na obra *Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade*, Santaella (2007) vai afirmar a hibridização como sendo uma das mais fundamentais características dessa linguagem que emerge das mídias digitais e do processo cultural da cibercultura.

A linguagem digital realiza a proeza de transcodificar quaisquer códigos, linguagens e sinais, sejam estes textos, imagens de todos os tipos, gráficos, sons e ruídos, processando-os computacionalmente e devolvendo-os aos nossos sentidos na sua forma original [...]. Entretanto, por ter a capacidade de colocar todas as linguagens dentro de uma raiz comum, a linguagem digital permite - sua proeza maior - que essas linguagens se misturem no ato mesmo de sua formação. Criam-se, assim, sintaxes híbridas, miscigenadas (Santaella, 2007, p.294).

O computador, e isso fica claro ao examinarmos a obra de Manovich, se transforma numa espécie de laboratório onde as várias mídias se encontram, e assim também se encontram suas técnicas, estéticas e linguagens, que vão então se combinar e constituir outros significados. Ao ser transposta para o computador, uma outra mídia carrega para esse novo meio parte de suas características, ao mesmo tempo em que se vê afetada por outras próprias da materialidade dessa outra mídia, e dessa hibridização resulta uma nova identidade. Os autores Bolter e Grusin (1999) sintetizam esse fenômeno no que chamam de *remediação*, que não é algo exclusivo das novas mídias, mas que essas levariam ao limite, quando todo e qualquer objeto que perpassa o computador está sujeito a se transformar num objeto de novas mídias, independente da sua origem. Manovich (2001), também convergente com essas ideias, associa isso ao fato de que os objetos nas novas mídias estão liberados de todos seus tradicionais materiais físicos de armazenamento, valendo essa premissa não apenas para o que é criado já com o uso do computador, mas também para todos os outros objetos que foram traduzidos para a linguagem da informática e nesse sistema estão representados e armazenados. Assim, o cinema e a palavra escrita, como exemplos, tornam-se meramente recursos disponíveis na mão de *designers* para apresentar determinado conteúdo. Santaella (2007) afirma que surge disso uma linguagem midiática híbrida, composta de várias outras linguagens remixadas. E a remixagem é, como Santaella e Manovich descrevem, também mais um traço cultural contemporâneo associado à cibercultura.

Por fim, conclui-se até aqui o mesmo que Santaella (2007) quando proclama:

[..] não são poucas as consequências culturais, cognitivas e comunicacionais que isso [a linguagem emergente das novas mídias] traz para os modos de se produzir conhecimento, arte e informação em geral (Santaella, 2007, p.294).

Do seu domínio, portanto, já somos e seremos cada vez mais dependentes, tal qual a plena realização de experiências de consumo que perpassem esses objetos e que se prestem não apenas a estender nossas habilidades, ou a informar, mas também entreter e nos representar no mundo.

3.2.2

Discurso: o texto e a narrativa nas novas mídias

Como uma segunda dimensão das transformações promovidas pelas novas mídias está aquela que diz respeito às formas pelas quais estas produzem discurso e sentido. As temáticas, entretanto, serão também bastante delimitadas, e o recorte dado se restringe basicamente à análise de dois pontos. Por um lado o esforço de examinar aquela estrutura que é base fundamental e característica disruptiva na relação com o texto das mídias tradicionais: o hipertexto. A seguir, toma-se em profundidade aquele elemento que tem em especial íntima relação com o objeto deste estudo, sendo tão significativo que por vezes é tomado por sua totalidade: a narrativa, vista de forma ampla em como é afetada pelo contexto de fragmentação, diversificação e convergência das mídias, mas também por tudo aquilo que emerge especificamente das novas mídias, e transformam ou potencializam os recursos narrativos, uma vez que passam a serem regidos pelas linguagens e propriedades examinadas acima. Interessa, assim, como a narrativa se traduz em experiência, e em como se apresenta como um recurso comunicativo, ou seja, de reconhecimento e produção de subjetividade, tal como se dão em importância sobretudo as narrativas populares na história da humanidade.

A narrativa é um dos nossos mecanismos cognitivos primários para a compreensão do mundo. É também um dos modos fundamentais pelos quais construímos comunidades, desde a tribo agrupada em volta da fogueira até a

comunidade global reunida diante do aparelho de televisão. Nós contamos uns aos outros histórias de heroísmo, traição, amor, ódio, perda, triunfo. Nós nos compreendemos mutuamente através dessas histórias, e muitas vezes vivemos ou morremos pela força que elas possuem (Murray, 2003, p. 9).

O *texto* nas novas mídias é, antes de tudo, uma hibridização dos vários outros textos e discursos pré-existentes. E não apenas o conteúdo textual em si, mas o produto do discurso que é recebido e interpretado pelo sujeito, seja ele textual, imagético ou audiovisual. Santaella (2007) chama a atenção para que essa noção de texto mais recente surge justamente do fato de que as mídias digitais forjam, materialmente, um texto híbrido. Potencialmente e tecnologicamente as novas mídias podem e hoje *contêm* os discursos e os textos próprios da literatura, da imprensa, do cinema e da televisão. Há uma sobreposição, uma mixagem, que não foi inaugurado com as novas mídias, mas o ciberespaço é o meio mais fértil para que isso aconteça. A hipermídia é uma das definições dessas novas condições que se apresentam ao consumo (e uso) na conjunção de conteúdos de várias naturezas, e o que a amarra e dá estrutura é a lógica do *hipertexto*. Essa propriedade extrapola a simples hibridização e só é possível nas condições técnicas e tecnológicas das novas mídias.

As características do hipertexto são descritas e examinadas em destaque por Santaella (2007). A primeira delas dá conta do seu caráter não-linear. O hipertexto, ao invés de organizado em uma estrutura linear de produção do seu sentido, é fragmentado em unidades ou módulos que se interligam por nós. Significa dizer também que ele existe já disposto a considerar que algumas de suas partes nunca seja acessada, sem que isso necessariamente o destitua de sentido. Ao mesmo tempo, qualquer sequência de acesso aos fragmentos é válida e nunca é fixa. É assim que ele se apresenta ao usuário, como opções, para que este decida como quer percorrê-lo, e os nós (*links*) são o sistema de conexão, como é a gramática para a língua. Há ainda o seu aspecto reticular, ou seja, de se estruturar em rede e não possuir ou requerer demarcação do seu início e fim. O hipertexto não é feito para ser lido do início ao fim. O texto do hipertexto nunca precisa ser escrito para um único leitor, ou com um único propósito de interpretação, mas ao contrário, pensado em camadas de aprofundamento que

considerarão diferentes níveis possíveis de envolvimento e engajamento do usuário no seu consumo ou uso.

Como segunda fundamental característica do hipertexto está o fato dele ser *interativo*, disponível ao uso e manipulação pelo usuário. O hipertexto é, por definição, o convite à exploração e ao percorrer de um caminho para esgotamento de seus lugares, de voltas a pontos de origem e de aprendizados e esquematizações que não são pré-determinadas, mas que revelam o sentido esperado; ao invés de ser imposto, é descoberto. “Ao escolher um percurso entre muitas possibilidades, o leitor estabelece sua co-participação na produção das mensagens” (Santaella, 2007, p. 322). A decisão de o que ver, em qual ordem e por quanto tempo é dada ao usuário, e Santaella defende que quanto maior for a interatividade oferecida, mais esse leitor-usuário estará imerso naquele texto, concentrado, atento e melhor compreendendo seu sentido e significado. A autora ainda argumenta que para se construir esse discurso hipertextual é fundamental que exista um projeto, um *design* informacional que visa construir um mapa de orientação, um mental e outro cognitivo dessa determinada oferta, que podem ser visto em três dimensões distintas e complementares: conceitual (organização do espaço lógico), interativa (organização do espaço atuado) e visual (organização do espaço visível). A hipermídia e o hipertexto (como elemento e também propriedade dessa hipermídia) “pressupõe um desenho estrutural para inserção interativa do leitor imersivo ou navegador. No seu caráter movente, fluido, submetido às intervenções do usuário [...] constituem-se em arquiteturas líquidas” (Santaella, 2007, p. 321).

Entretanto, o criador do termo hipertexto, Ted Nelson (2005), criticou a falta de criatividade existente desde que a tecnologia deu luz à tal propriedade, como se de lá pra cá ainda não tivéssemos aprendido a explorar todo o potencial do ambiente da Internet. Ele afirma que estaríamos ainda presos demais a convenções no nível do que chama de *estruturas conceituais*, que foram criadas e impostas por determinadas empresas quando o objetivo era dar rápida resposta prática e mercadológica às inovações que surgiam. Mas até hoje fica a impressão de que os computadores se limitam a isso e que são muito parecidos com o papel, quando na verdade poderiam ser qualquer coisa. Diz ele:

O mundo atual dos computadores, arbitrariamente construído, também se baseia na simulação de papel, ou WYSIWYG (sigla inglesa para “What you see is what you get” - "O que você vê é o que você recebe"). É aí que estamos empacados no modelo atual, em que a maioria dos softwares parece ser mapeada em papel (WYSIWYG geralmente significa que você receberá o que vê quando IMPRIMIR). Em outras palavras, o papel é o coração da maioria dos conceitos de software atuais. [...] O hipertexto, como foi repentinamente adaptado para a internet por Berners-Lee e depois Andreessen, ainda é o modelo do papel (Nelson, 2005, acesso em: 10 de fevereiro de 2010)!

Como alternativa, ele sugere que precisamos urgente de uma estrutura diferente do papel, que dê mais liberdade e produtividade ao mundo dos computadores, e isso poderia acelerar e simplificar aqueles que criam e trabalham com a prosa.

Aproximando o hipertexto no contexto da análise de narrativas, Murray (2003) destaca a associação direta dessa propriedade com a construção narrativa na formação de uma *teia de histórias*. Para a narrativa ficcional, o hipertexto permite que se escrevam histórias organizadas em *lexias* (unidades de leitura que ocupam um determinado espaço virtual), dispostas com infinitas outras muitas *lexias*, precedidas, seguidas ou postas lado a lado uma das outras.

A existência do hipertexto proporcionou aos escritores a oportunidade de experimentar outras formas de segmentação, justaposição e encadeamento lógico. Histórias escritas em hipertexto geralmente têm mais de um ponto de entrada, muitas ramificações internas e nenhum final bem definido. Assim como as histórias de vida multiformes imaginadas por Borges e Lighman, as narrativas hipertextuais são intrincadas teias de fios emaranhados (Murray, 2003, p. 65).

Passando do hipertexto à narrativa especificamente, assume-se aqui o que Santaella (2007) diz ser algo consensual entre autores: a narrativa ou narração é uma das divisões do discurso verbal, ao lado de descrição e dissertação. Entretanto, a definição e as características específicas da narrativa, bem como suas funções internas, possuem mais de uma interpretação teórica. Parte dessas teorias tomam a narrativa por uma visão dualista - onde há um elemento que é a

história, os eventos narrados, e outro elemento que é o discurso em si, ou seja, a expressão ou meios pelos quais aquele encadeamento de eventos será narrado. Outra abordagem dá conta de entender a narrativa além de sua forma, estrutura, e funções, mas também pelo processo de construção do sentido tanto do produtor quanto do leitor, com forte ênfase na interpretação que o sujeito faz e na conexão com sua subjetividade, contextos culturais e sociais. É nessa direção que Ryan (2004) define narrativa, como preâmbulo para o apanhado que faz em sua obra de reflexões de diversos estudiosos sobre a narrativa através dos meios.

Um texto narrativo é aquele que traz um universo à mente (cenário) e o popula com agentes inteligentes (personagens); esses agentes participam de ações e acontecimentos (eventos, tramas), que causam alterações globais àquele universo narrativo. A narrativa, assim, é uma representação mental de estados conectados pela lógica da causalidade, e eventos que capturam um determinado segmento da história de um mundo e seus membros. Essa caracterização semântica e lógica da narrativa é suficientemente abstrata para que comporte uma universalização cognitiva, mas flexível o suficiente para tolerar um amplo espectro de variações: tramas simples, tramas complexas, tramas paralelas, tramas épicas, tramas dramáticas, etc. E é no nível de tais variações, bem como no nível do conteúdo temático, que a narrativa é afetada por fatores históricos, culturais e midiáticos (Ryan, 2004, p. 337, tradução nossa).

A autora não nega que na narrativa exista um nível da história e um do discurso (significado e significante), no entanto defende que o sentido da narrativa é um processo cognitivo, “uma imagem mental construída pelo intérprete em resposta ao texto” (Ryan, 2004, p. 8), considerando dessa forma os aspectos da narrativa como constituidores de subjetividade, instrumento de reconhecimento, formação de identidade e validação de práticas sociais. A pesquisadora também afirma que há sim, na narrativa, um determinado nível de independência em relação ao meio, como se sempre existisse algo que é anterior à mídia pelo qual se expressa, mas ao mesmo tempo sua expressão depende da linguagem ou códigos que o meio de expressão forja. Diz ela:

Teoricamente, a narrativa é um dado significado que transcende uma mídia em participar; na prática, entretanto, a narrativa está associada a um

determinado meio escolhido, e esse meio é a linguagem (Ryan, 2004, p. 13, tradução nossa).

Já Manovich (2001) define a narrativa em um nível mais abstrato, de uma perspectiva estrutural, dentro do que chama de formas culturais. Assim, a narrativa é um componente complementar à base de dados, mesmo que à primeira vista esses dois conceitos pareçam opostos. A narrativa corresponde ao algoritmo que atua sobre a base de dados. Nesse sentido, tal como estrutura de dados e algoritmos dependem um do outro, na cultura computacional pode-se dizer que bases de dados e narrativas tem também uma importante inter-dependência. E a narrativa nesse sentido é como uma escolha lógica definida e oferecida ao usuário para interagir, explorar e percorrer uma determinada estrutura de dados, sendo que essa lógica pode ser uma única ou várias (multiformes).

Analisando tipos de narrativa, Ryan (2004) descreve o *face-to-face* (face-a-face), que pressupõe a presença num mesmo espaço de interação dos sujeitos envolvidos na produção da narrativa e recepção dela. Duas propriedades nesse modelo se destacam: a primeira é a interatividade, como espaço de conversação e onde o conteúdo não existe pronto e acabado, mas é dinâmico e dialogicamente construído ao mesmo tempo em que a narrativa se dá, já que o narrador está atento e responde a diversas interferências daquele com quem interage. Há, assim, uma negociação constante de papéis e todo ouvinte é também um potencial narrador. A segunda propriedade é a integração à narrativa de aspectos espaciais e de performance corporal, como gestos, expressões faciais e entonações. Mesmo que o telefone ou a televisão possam conter ou emular algumas dessas propriedades, apenas no face-a-face elas estão presentes ao mesmo tempo. Tal como Murray (2003) e Manovich, Ryan (2004, 2006) também fundamenta sua discussão em algumas propriedades do meio digital e são elas: natureza reativa e interativa, que é a capacidade do computador de ajustar seu comportamento a partir de uma entrada de dados do usuário, voluntária ou involuntária; múltiplos canais semióticos e sensitivos, que fazem com que o computador sintetize todas as outras mídias; a conexão em rede, que permite tanto que se criem ambientes multi-usuários, quanto favorece a condição de “tempo real” para tudo que se desenrola

naquele ambiente; e volatilidade dos signos e variabilidade de apresentações, ou seja, a possibilidade de informações na memória mudarem de valor (2006, p. 98). Ao mesmo tempo, entretanto, afirma que apenas uma dessas propriedades não pode ser encontrada separadamente em outros meios de se contar histórias: a interatividade, tal como como se dá nos meios digitais. E assim Ryan toma esse aspecto como o que mais fundamentalmente vai distinguir os meios digitais dos seus predecessores no que concerne às narrativas. É interessante observar que dessa forma o ciberespaço resgata aquela propriedade existente no tipo de narrativa mais primitivo e que precedeu todos os demais, o face-a-face, agora mediado e emulado pelos recursos da informática. Ryan (2004) ainda faz uma provocação: a interatividade é verdadeiramente um recurso que reforça a construção de sentido numa narrativa, ou é um obstáculo a isso? E conclui que a tarefa primordial do escritor na era digital é experimentar esses novos recursos e conceber uma experiência narrativa que permita a interação dos usuários, deixando para o crítico a tarefa de elucidar quais são os verdadeiros ganhos que se tem ao conseguir tal façanha (2004, p. 32).

Ryan (2004) chama a atenção para as numerosas narrativas que surgem a partir dos anos 80 que são suportadas pelo computador, ressaltando que estaríamos em um momento crucial da história da narrativa associada às inovações tecnológicas. São exemplos dessas narrativas a ficção hipertextual, versões com caminhos múltiplos para os romances pós-modernos, dramas interativos, universos narrativos onde usuários podem criar seus próprios personagens, ou ainda jogos de computador que são híbridos das demais formas citadas. Se pensarmos que a narrativa se constitui de três dimensões (a semântica - referente à história -, a sintática, referente ao discurso e técnicas narrativas - e a pragmática, que se refere ao contar da história e participação dos agentes humanos na performance), as mídias digitais têm impacto em todas as três. Para a pragmática tornam-se possíveis novas formas de envolvimento e o que a audiência pode fazer com a narrativa, tal como mudar histórias, incorporar um personagem, participar coletivamente da criação da história, ou ainda explorar um dado mundo ficcional; e essas afetações tendem a alterar a importância que a narrativa vai possuir em cada gênero que for explorado, indo de central à

instrumental. No nível do discurso e técnicas narrativas, as mídias digitais são capazes de gerar novas formas de se apresentar histórias, o que demanda também novas estratégias interpretativas por parte da audiência - são exemplos as unidades de história ligadas por *hiperlinks*, construção de espaços navegáveis, presença do corpo em ambientes virtuais, objetos e elementos com comportamentos internos, condição de tempo real, entre outros. Por último, na dimensão semântica, o impacto da digitalização na narrativa é menos em relação ao desenvolvimento de novas lógicas, que não se alteram, mas muito mais em encontrar a medida certa de harmonia entre um determinado meio e a forma e substância narrativa que se pretende desenvolver. Ela defende que cada meio, por suas características, demandará diferentes tipos de história e tramas, e sugere aquelas que melhor poderão se aproveitar das novas mídias: narrativas metaficcionais e baseadas em arquivo, relações pessoais, temas fantásticos, exploração, narrativas episódicas, histórias de mistério, jornadas e a vida cotidiana ao vivo.

Ryan (2004) conclui então que se olharmos para a história das narrativas, fica claro que ela atravessou todas as formas e meios de comunicação, com cada tecnologia dando à narrativa a possibilidade de explorar novas linguagens, e não será diferente agora. Entretanto, a sobrevivência da narrativa não depende apenas da sua capacidade de se adaptar a novos meios, mas da habilidade de se criar novas e próprias formas que explorem esses novos recursos como entretenimento.

Dedicada a entender como a narrativa se transfere especificamente para as novas mídias e quais são suas características e propriedades está a obra *Hamlet no Holodeck* (2003), de Janet Murray. Como Manovich, a autora analisa formas, linguagem e propriedades (técnicas e culturais) emergentes das novas mídias, mas direcionada à identificação e compreensão do que é ou no que se transforma a narrativa que é levada ao ciberespaço. Sua contribuição é ampla e ao mesmo tempo profunda dos aspectos que incidem sobre a narrativa quando essa é impactada pelas novas mídias. O computador, para a autora, estaria prestes (o livro foi publicado originalmente em 1997) a ser colocado em uso como um fascinante contador de histórias. E nesse contexto há um tipo emergente específico de histórias que seria aquele que melhor responderia às expectativas e comportamentos típicos da contemporaneidade: o multiforme. Histórias

multiformes expressam realidades ou pontos de vista alternativos de uma mesma massa de acontecimentos, como estar diante de uma vida como composição de muitas ou infinitas possibilidades paralelas. Essas histórias, que ao exigirem do leitor uma postura ativa podem parecer perturbadoras, transformam-se em um convite à criação, e do equilíbrio e atenção a isso depende o sucesso da narrativa.

Estamos no limiar de uma convergência histórica quando romancistas, dramaturgos e cineastas movem-se rumo a histórias multiformes e formatos digitais; cientistas da computação começam a criar mundos ficcionais; e a audiência segue em direção ao palco virtual (Murray, 2003, p. 71).

Murray (2003), por sua vez, acredita serem quatro as propriedades das novas mídias que impactam diretamente as narrativas levadas ao ciberespaço, guardando muitas interseções com as identificadas por Ryan (2004) e por Manovich (2001). São elas a procedimental, a participativa, a espacial e a enciclopédica, que serão melhor analisadas abaixo.

A propriedade *procedimental* diz respeito à capacidade do computador de executar uma série de regras. O computador é na verdade um “motor”, que não foi concebido para transmitir informações estáticas, mas foi feito para incorporar comportamentos complexos e aleatórios. Um cientista da computação se preocupa em criar algoritmos, identificando e levando para dentro do computador regras gerais e exatas de comportamento que descrevem um processo, e a base da computação são esses modelos procedimentais criados. Assim, o computador se torna um meio para se contar histórias quando essas estejam baseadas ou possam ser decupadas em modelos procedimentais de interpretação do mundo. Quanto mais complexo for esse modelo, mais real e “orgânico” poderá parecer o resultado, sendo que é um desafio enorme fazer com que a forma de escrita dessas regras e a criação de tais modelos se tornem palatáveis e acessíveis aos criadores de histórias.

A propriedade *participativa*, na relação com a primeira, sugere que os procedimentos criados não simplesmente executam as regras e exibem os comportamentos programados, mas permitem que haja espaço para um usuário induzir e modificar um dado comportamento ou uma dada regra. O computador

reage a informações que nós inserimos neles, em função do modelo de interação que fora antes programado e prevendo possíveis reações e determinadas consequências. Entretanto, isso não quer dizer criar uma resposta para cada ação possível do interator, mas categorias gerais que digam respeito àquele modelo criado. Murray (2003) sugere que um universo narrativo sedutor nas novas mídias começa na preparação do *roteiro do interator*. Usando o exemplo do jogo *Dungeons and Dragons*²⁸, ela afirma ser possível criar um conjunto limitado de comandos e interações possíveis, que sejam dramaticamente ricos e apropriados, a partir dos quais pode-se conceber um mundo que responda satisfatoriamente a toda sorte de combinações desses comandos. A chave ao se criar histórias num ambiente que pressupõe a participação é fazer com que o interator compreenda, aceite e se engaje em um roteiro do que pode fazer, de como pode fazer e onde pode e deve chegar. E este roteiro deve ser esquemático e simples o suficiente para ser facilmente entendido e correspondido, ao mesmo tempo que flexível e abrangente para abrigar a maior variedade de comportamentos humanos.

A terceira propriedade é ser *espacial*. Esse aspecto diz respeito à capacidade única dos ambientes digitais de criar espaços onde é possível nos movermos através deles e explorar; quando a literatura, o cinema e a televisão são capazes apenas de *descrever* ou *mostrar*. Tal capacidade independe do quão eficiente o computador pode ser para exibir mapas, imagens e modelos tridimensionais, mas diz respeito muito mais às possibilidades de alterar estados daquilo que está sendo exibido quando for dado um determinado comando qualquer de exploração e a partir do qual pode-se retornar ao anterior e assim criar uma relação de espaços virtuais. Para as narrativas gera-se assim o efeito de uma inédita imersão que tanto se dá nos ambientes quanto nas ações que se desenrolam. Murray (2003) dá o exemplo de uma cena em que o interator precisa adentrar um calabouço e ao atravessar a porta essa se fecha. A partir desse ponto sua navegação limita-se a ir em frente, dado que o lugar é muito pequeno. Na medida em que o caminho é

²⁸ Jogo de fantasia, publicado pela primeira vez em 1977 nos Estados Unidos, onde os jogadores criam personagens que participam em diversas aventuras imaginárias e interagem entre si, adquirindo pontos de experiência para se tornarem mais poderosos à medida em que o jogo avança. O jogo está na categoria dos RPGs (Role-playing Game, ou Jogo de Interpretação de Personagens, na sigla em inglês).

percorrido, o interator reconhece estar indo em direção às profundezas da terra, lugar assustador e onde residem os monstros que precisará combater. Completamente diferente de se deparar com uma descrição literária disso, ou de ver o evento encenado no teatro ou representado na tela do cinema, o interator está “presente” na cena, que não apenas se desenrola, mas é descoberta na medida em que o interator “caminha” para desvendá-la. O calabouço, nesse caso, possui uma realidade objetiva muito mais concreta do que, como a autora exemplifica, a prisão do jogo Banco Imobiliário. “A tela do computador exhibe uma história que também é um lugar. O bater da porta [...] atrás de você [...] é um momento de vivência dramática só possível no meio digital” (Murray, 2003, p. 86). Assim, a autora chama também a atenção para que se pense na criação de espaços que sejam expressivos, e cuja navegação fique sujeita a uma determinada coreografia pensada não apenas para fazer com que o interator se mova *pela* história, mas que tal movimento também se torne mais uma importante ferramenta de composição dramática e mova *a* história.

A propriedade *enciclopédica* é a quarta descrita por Murray (2003). Esse aspecto não só se manifesta na crescente capacidade de armazenar e recuperar informações, que por si só já é algo que se explorado traria riqueza para as narrativas, mas em uma dada “expectativa enciclopédica” que essa propriedade induz nas pessoas, uma vez que a Internet hoje é como se fosse uma única e imensa coleção de todas as informações e recursos do mundo, acessíveis a todo instante. Isso serve à narrativa na possibilidade de explorar detalhes e de representar o mundo tanto de forma abrangente, como de forma particular e granular. As histórias podem ser criadas e contadas a partir de múltiplas perspectivas, e com narrativas que se entrecruzam formando uma extensa rede. A dinâmica de publicação e consumo de informações sobre seriados produzida por fãs é um exemplo disso citado pela autora, fenômeno esse que também é observado por Jenkins (2008) em um dos pontos de partida que o leva à proposta de narrativas transmidiáticas. Murray afirma ainda outras aplicações que se tornam possíveis pela capacidade enciclopédica, ilustradas a partir do exemplo de tramas cujo ambiente seria uma sala de aula e a dinâmica entre professores e alunos. Seria possível acompanhar a história do ponto de vista do professor,

vivenciando tanto o que acontece e pode ser visto por todos os demais personagens como aquilo que diz respeito ou é visto apenas por ele; ao mesmo tempo em que pode-se mudar no segundo seguinte para o ponto de vista de um dos alunos, e saber o que acontece quando, por exemplo, o professor não está na sala de aula. Da mesma forma, podem ser exploradas conexões com o mundo “real” ao acessar, por exemplo, o *website* daquela escola ou uma matéria real no arquivo de um jornal que cobriu o fato que pode ter sido inspiração para a história fictícia criada. Mas a autora faz nesse ponto uma ressalva importante: é preciso que se tenha cuidado para que essa propriedade não leve o interator ao esgotamento, onde ele se perde e despende tal energia com desvios de um curso principal ou motor da história que pode fazer com que ele nunca chegue ao final, e desista questionando a razão de estar ali, do papel que deve exercer, do que há para cumprir e onde seria preciso chegar.

Complementar às propriedades identificadas há também aqueles aspectos estéticos (a autora chama de “prazeres”) aos quais as narrativas seriam dependentes ou, se não dependentes, desejáveis que existam quando essas estão inscritas ou foram criadas para o ciberespaço. São a imersão, a agência, e a transformação.

A *imersão*, primeiro dos três prazeres, pode ser considerada um pressuposto para a boa experiência de consumo de qualquer história, em qualquer das suas formas de realização. É um desejo ancestral de viver uma dada fantasia criada por um universo ficcional. Um meio que é participativo, afirma Murray (2003), enciclopédico e composto de espaços navegáveis, pode sem dúvida oferecer formas de satisfazer esse desejo jamais vistas e possíveis aos outros meios. O computador, sobretudo conectado em rede, traz em si um encantamento nesse sentido quando é um meio que pode ser visto em termos psicológicos como a extensão da nossa própria mente, sintetizando uma realidade externa *com* as nossas mentes, e espaço público com o privado e íntimo. Isso é o oposto de muitas convenções que se criaram ao longo da história em outros meios para sustentar a imersão, baseadas na distância entre a arte e quem a contempla. A melhor ilustração desse conceito é a chamada “quarta parede”, estrutura invisível que referencia o lugar que é do público e que sua violação é um ato ousado de extremo

risco ao encantamento narrativo. Murray lembra que buscar a participação do público no teatro já foi visto como sendo negar o drama como arte, uma vez que ilusão e crença seriam paradoxais à participação. E embora a própria dramaturgia já tenha subvertido tal crença, isso denuncia importantes dilemas das narrativas participativas: como construir vias de participação sem que se rompa o encantamento ou a imersão? Como evitar que ações imaginárias produzam efeitos indesejavelmente reais nos participantes? Ou ainda como encontrar a forma ideal dos interatores atuarem nessas fantasias sem que fiquem paralisados pela ansiedade? Para Murray a resposta está na descoberta de um equivalente digital para a quarta parede, que seria ajustar tais recursos de narrativa e participação para que estejam direcionados a produzir um efeito que nunca rompa com o propósito da imersão, mas o reforce. Esses novos limites precisam ser testados e são certamente de uma outra ordem, uma vez que a consciência e expectativas do interator nos meios digitais são diferentes, ao mesmo tempo em que este tende a se acostumar a novas convenções criadas. E assim se torna fundamental dar a devida importância a essa criação, incluindo o roteiro, as regras, as convenções e os recursos de participação conectados à história.

Ao adentrar um mundo imaginário atuamos de forma a suspender a descrença (a faculdade crítica que permitiríamos julgar e questionar a veracidade daquela experiência), mas mais que isso, investimos energia em uma *criação da crença* para reforçar a veracidade daquela experiência. Essa segunda é, na opinião de Murray (2003), maior e mais importante que o esforço de suspender os questionamentos. Assim, para garantir a imersão é mais importante investir nos recursos que permitam enriquecer a criação da crença, do que restringir o que possa de alguma forma atrapalhar a suspensão da descrença. A participação assim surge como recurso importante, quando oferece a possibilidade desse enriquecimento da criação, induzindo comportamentos que dão vida e chance de vivência de objetos e ambientes que em outros meios seriam apenas imaginados ou vistos à distância. Especialmente os objetos inseridos dentro de momentos dramáticos específicos intensificam a imersão e a participação imersiva. Outro recurso é a estruturação de máscaras, que nos ambientes virtuais são comumente conhecidas por avatares e que quanto mais tangíveis e diversas forem para os

interatores, mais forte será o laço de identificação emocional que ligam o usuário ao seu avatar e a experiência coletiva de reconhecimento e formação de grupos, numa dinâmica que se auto-alimenta.

O coletivo, nesse sentido, pode reforçar a imersão, mas também cria outros desafios a esse prazer. O compartilhamento pressupõe uma negociação constante da história e da ilusão, dos limites com o mundo real. Quando há harmonia nesses aspectos, com consenso e vivência compartilhadas, a coletividade reforça a criação da crença, mas quando há quebra nesses acordos, ou existe a possibilidade de um único jogador ficar preso a uma sequência confusa que é exceção às regras ou exclusão da experiência coletiva proporcionada, corre-se o risco de toda experiência ruir. Para se evitar isso, Murray (2003) propõe uma definição clara de papéis para todos os participantes e personagens, bem como suas regras de interação, numa arquitetura que permita que tais criações sejam harmônicas no conjunto e reforcem umas as outras. Por último, a autora comenta sobre a regulação da excitação, no sentido de que é preciso tomar cuidado para que objetos, ações e comportamentos oferecidos pelo mundo imaginário não sejam demasiadamente sedutores, assustadores ou reais que o transe não possa ser rompido. O nível de excitação deve ser gerido no sentido de se tornar profundo, mas sem que provoque emoções e reações extremas. O computador, oferecendo um palco para um teatro participativo, faz com que a plateia precise aprender a fazer um pouco do que só os atores antes faziam, encenando experiências que precisam ser autênticas sem serem verdadeiramente reais. São essas convenções que constituirão a quarta parede do drama em meios digitais, e que aprofundarão e preservarão o encantamento da imersão.

O segundo prazer descrito por Murray (2003) é o da *agência*. Tal qual define, “agência é a capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados de nossas decisões e escolhas” (p. 127), acreditando que quanto melhor elaborado for o ambiente de imersão, mais desejaremos não só estar dentro dele, mas agir nele. A agência é um prazer derivado da nossa experiência com o computador e ao transferir as narrativas para ele, estas então são invariavelmente moldadas por essa estrutura e pressupondo participação e interação, embora não seja um efeito natural de quaisquer tipos destes. Nos

formatos narrativos tradicionais há formas de participação, mas com sentido de agência extremamente limitado, porque a ação do espectador pouco ou de nenhuma forma influencia no comportamento dos personagens ou andamento da narrativa. Dentre as manifestações possíveis de serem exploradas para a agência nas narrativas está a própria navegação intencional por um espaço, mas também há ainda muitas outras formas. Uma delas é a chamada história labiríntica, com narrativas baseadas em labirintos e que estão amarradas a uma experiência de navegação espacial. Transformam, assim, o sujeito de um observador passivo em um protagonista, cuja missão é encontrar seu próprio caminho, sujeito a toda sorte de consequências das decisões que toma. Tais histórias, mais uma vez para além da materialização em simples *interfaces labirínticas*, devem ser aventuras melodramáticas de subtextos, cujos caminhos e desafios não precisam ser espaciais, mas metafóricos, conceituais e morais, com a navegação espacial usada como um reforço. Ao contrário de um jogo de perder e ganhar, o percorrer dessa história é uma experiência de significação, e que tanto é consciente (porque escolhida) quanto surpreendente. No entanto, há de se ter cuidado na concepção desse tipo de histórias em relação ao seu desfecho: se esse labirinto tiver uma única saída há aí uma limitação da agência, já que os ambientes digitais provocam naturalmente a expectativa de opções não tão limitadas; mas se os labirintos forem baseados, por exemplo, em literatura pós-estruturalista, sem heróis ou soluções, se promissores do ponto de vista expressivo porque libertam o sujeito para percorrer muitos caminhos, enfraquecem a narrativa quando colocam tudo como resultado das escolhas do interator, sem conclusões da história ou razões conclusivas que venham da própria história encerrando em determinado ponto. Nem um nem outro, e o ideal, Murray (2003) defende, é encontrar um equilíbrio que não seja de uma única saída, mas que também evite a não existência de qualquer saída - por exemplo, a estruturação de uma história que tenha desfechos e tramas principais claras dando suporte, mas aberta à possibilidade de um labirinto de experiências possíveis cruzadas a essas, como vivenciar diferentes ponto de vista de personagens ou, como diz Murray (2003), uma multiplicidade de enredos significativos. A autora também destaca que histórias de viagens e de solucionar problemas são propícias à agência. Em cada meio, as histórias de jornadas e

heróis se manifestaram de um jeito, com ênfase em determinado aspecto derivado de suas propriedades intrínsecas. Já no computador esse tipo de história privilegiaria a navegação, com transições entre diferentes lugares, chegadas e partidas e as formas com que o herói tem de escapar do perigo e descobrir soluções para o que parece não ter saída. Os meios digitais oferecem novas maneiras de relacionar quebra-cabeças com espaços navegáveis, exigindo do interator que aplique um raciocínio do mundo real ao mundo virtual. A autora ainda faz um breve comentário sobre jogos na relação com essas questões, defendendo que esses podem ser vistos como dramas simbólicos ou narrações abstratas que se ligam às formas mais básicas de lidarmos com o mundo, e de interpretarmos experiências, tal como (no exemplo dado) o jogo Banco Imobiliário pode ser visto como uma interpretação do capitalismo, onde encena encantos e decepções de um modelo econômico cuja regra determina que para alguém enriquecer outros precisam empobrecer, e que o sucesso está associado ao planejamento, mas também à sorte. Nos jogos eletrônicos contribuem para a imersão e a agência os do gênero de combate, cuja sensação de agência é tão direta (ao apertar de um botão o jogador causa uma explosão ou dispara um tiro), que é necessário um mínimo esforço de imaginação para entrar num estado imersivo. Nesse caso, o desafio para os autores dessas novas narrativas está em como tirar proveito, em conceito, dessa mecânica, substituindo o domínio de habilidades por dramas simbólicos e pontos de vista mais complexos e profundos. Por último, outro modo de agência possível está no construtivismo, ou seja, a capacidade dada ao interator de criar ele mesmo os objetos, comportamentos, regras e ambientes no conjunto de elementos procedimentais no qual aquela narrativa se baseia. Tal aspecto pode ser considerado, inclusive, a mais alta forma de agência narrativa que o meio digital permite, e tem seu exemplo por excelência nos jogos do tipo MUDs (Multi-User Dungeons - ou Calabouços Multi-Usuários), que serão melhor examinados mais adiante.

O terceiro e último prazer descrito por Murray (2003) é o da *transformação*. Ela entende por transformação a característica sedutora do computador de tornar mais plástico e mais suscetível a mudanças toda forma exibida, sejam palavras, números, imagens, animações. É o fascínio que exerce o uso de máscaras, de

poder assumir a pele de um combatente espacial que possui objetos mágicos com variadas representações, e que isso já é um prazer fascinante pela própria variedade em si mesma quando são possíveis inúmeros avatares, cenários, poderes e a livre escolha de combinação entre eles. Todas as versões estão disponíveis o tempo todo e escolher uma não significa recusar eternamente as demais; basta reiniciar. A primeira manifestação ligada a esse prazer é o das narrativas caleidoscópicas. Referenciando McLuhan, a autora resgata a ideia da propriedade caleidoscópica que marca a linguagem dos meios de comunicação do século XX, especialmente jornal, cinema e televisão, quando comparados à linearidade do livro. O computador vai absorver e sintetizar isso, fazendo uso do mosaico espacial dos jornais, do mosaico temporal dos filmes, e do mosaico participativo do controle remoto da televisão, mas oferecendo novos e atrativos recursos para se lidar com essa multiplicidade. São mecanismos de busca, catalogação de fragmentos e relacionamentos entre fragmentos, memória de um caminho percorrido, criação dos mosaicos e de padrões de composição de mosaicos que trazem inúmeras possibilidades para a narrativa, como a capacidade de apresentar ações simultâneas de múltiplas formas. Cabe mais uma vez aqui a ponderação de que essas ferramentas precisam ser usadas de forma a não fazer com que o interator acabe preso a uma multiplicidade do qual ele não pode dar conta e não consiga controlar. Essa forma caleidoscópica de se contar uma história, defende Murray, reflete a sensibilidade humana da virada do século XXI, onde não se acreditam nem se confiam mais em verdades absolutas e realidades únicas uniformizadoras do mundo, embora acredite que continue sendo reconfortante fixar uma realidade sobre a tela por vez, de forma integrada e simétrica. É dispor a complexidade de diferentes perspectivas, mas com alguma coerência em seu conjunto. Outra experiência narrativa que se aproveita do prazer das transformações é o que a autora chama de *ambientes de histórias metamórficas*. Diz respeito à possibilidade que os meios digitais proporcionam de os interatores encenarem e construírem suas próprias histórias baseados em um dado conjunto de elementos, regras e fórmulas. É o convite a tomar parte em um mundo narrativo que é uma *plataforma* de suporte a muitas histórias e onde o interator é também autor. Nessas experiências a completude do engajamento não se dá numa

ou outra história específica, mas na existência de todo esse conjunto de possibilidades. Para exemplificar tal prazer, Murray faz referência ao que já acontece com séries televisivas quando essas apresentam ao público variações de situações que ainda não temos totalmente assimiladas na consciência nacional, ou requerem que sejam reforçadas como identidade. Tais programas - e podemos claramente encaixar aqui as telenovelas - têm personagens e situações sujeitos a determinados modelos de provocar ansiedades e desejos, que se apresentam ao público em variações do mesmo. Isso também está presente e reforça narrativas no ciberespaço. Por último, atrelada ao prazer da transformação está a oportunidade de o público *encenar*, ao contrário de simplesmente *testemunhar*; e os meios digitais mais uma vez dão às narrativas recursos inéditos para tal possibilidade. A força da encenação é emocional, e está no fato de que pode ser assimilada como experiência pessoal, o que não acontece com fatos narrados ou dramatizados em palco ou tela. Assim, afirma a autora, o ciberespaço pode se tornar tão importante quanto a televisão na apresentação de temas polêmicos, que inseridos em narrativas romanceadas poderiam ser bastante eficazes para promover mudanças comportamentais. Por outro, certamente, há o risco do mesmo recurso, quando mal aplicado, reforçar comportamentos indesejados.

Murray (2003) ainda acredita que as narrativas no ciberespaço incitam outros prazeres secundários, para além dos revistos. Por exemplo, o fato de que um encerramento cognitivo possível para as narrativas eletrônicas, diferente das narrativas tradicionais, poder estar na compreensão de sua estrutura, regras e procedimentos, e não necessariamente na conclusão do enredo.

Os ciberdramaturgos do futuro poderiam nos apresentar um mundo complexo, com vários personagens [...] e permitir que trocássemos de lugar a qualquer momento, a fim de observar o mesmo acontecimento do ponto de vista de um outro personagem. Ou eles deixariam que entrássemos repetidas vezes numa mesma cidade, sob identidades de muitos indivíduos distintos. [...] Poderíamos receber um papel cativante dentro do ambiente que nos concedesse a habilidade de passar, com fluidez, da visão do mundo pelos olhos de nosso próprio personagem para a observação de nosso personagem através dos olhos dos outros. Ou, talvez, um ciberdramaturgo do futuro encontre um meio de mostrar-nos não apenas o imenso campo de batalha e o soldado isolado [...], mas também os processos pelos quais grandes eventos

históricos surgem como a soma de inúmeras causas muito menores. [...] Todos esses modelos de histórias seriam maneiras de representar o esforço contemporâneo do ser humano para, ao mesmo tempo, afirmar e transcender nosso próprio e limitado ponto de vista (Murray, 2003, p. 263).

De uma visão de recursos para um exame de aspectos mais amplos, de ordem cultural e mercado que envolvem o contar de histórias, está o trabalho do autor Henry Jenkins (2006), criador do termo *transmedia storytelling* (narrativas transmidiáticas). Jenkins acredita que uma das consequências das novas mídias é a emergência do que chama de *cultura convergente*, numa mudança de postura da audiência por conta da diversificação dos meios que alteram as expectativas de utilização desses, sejam eles novos ou antigos. São transformações que emergem da colisão entre velhas e novas mídias, constituindo novas práticas que tem impacto direto em como a audiência se porta diante dos conteúdos, histórias e narrativas - ficcionais ou não - que lhe são apresentados. E isso ocorre e ocorrerá independente da vontade das empresas de oferecerem seus produtos para o consumo dessa forma, onde o melhor seria assumir e se aproveitar desses comportamentos e da nova ordem que se estabelece na relação dos meios para criar, assim, narrativas transmidiáticas.

Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto dando uma contribuição valiosa e específica para o todo. Na forma ideal, cada meio executa o que faz de melhor - a história poderia ser introduzida por um filme, expandida pela TV, romances ou quadrinhos; e seu universo poderia ser explorado por um jogo ou experienciado em um parque de diversões. Cada parte da franquia necessita ser contida em si mesma de forma a não obrigar a audiência a ver o filme para poder jogar o jogo. E qualquer um desses produtos é uma porta de entrada para toda a franquia. O engajamento através dos meios sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. A redundância desestimula o interesse do fã e causa à franquia sua falência. Oferecer novos níveis de experiências refresca a franquia e sustenta a fidelidade do consumidor. [...] Diferentes mídias atraem diferentes nichos de mercado. Filmes e televisão provavelmente possuem a audiência mais diversa; jogos e quadrinhos a mais específica (Jenkins, 2008, p. 97-98, tradução nossa).

A proposta não se aprofunda ou extrai dos novos meios suas características e propriedades específicas, mas chama a atenção para que, independente dessas,

seja concebida uma história que é maior do que tais formas que venham a possuir em um ou outro meio, ao mesmo tempo em que prega que tal abertura ou distribuição dessa narrativa através dos meios seja algo planejado e coordenado. Diz ele que é preciso criar novas produções que demandem que a audiência siga a trilha para além do tempo da televisão, justamente o oposto de se pensar, numa lógica clássica de produção televisiva do qual a redundância é recurso primordial para se certificar que a audiência está conseguindo seguir a trama o tempo todo mesmo que desvie a atenção da tela. Na pesquisa que o autor conduziu, é possível verificar que um dos motivos para a reputação ruim de algumas franquias é o fato delas terem um sistema de licenciamento que faz das extensões apenas redundâncias, duplicando experiências que na maioria das vezes ainda são melhores na sua versão original. Jenkins afirma que a audiência deseja que extensões tragam novas experiências e reflexões sobre aquela história, ou novos personagens e histórias.

As histórias precisam mudar, assim, como são concebidas na origem, o que impacta nas atividade de criação e autoria que precisam ser pensadas sob nova perspectiva. A estratégia de distribuição em várias mídias não deve se dar, como comentado, por replicação, mas numa construção e distribuição da *história* nesses vários ambientes, exigindo uma adequação a características diversas específicas de cada meio (de consoles portáteis de games, até parques temáticos de diversão). Por outro lado, Jenkins (2008) diz que há uma dependência muito forte de uma hipersocialização que encoraje formas de participação e interação social entre os consumidores. Citando a franquia Matrix²⁹, dos irmãos Wachowski, ele diz que os autores escreveram e dirigiram pessoalmente o conteúdo para os games, fizeram rascunhos de cenários para as animações e foram coautores dos textos de alguns quadrinhos. Mas o ponto crucial diz respeito ao que Jenkins se refere como a *arte de construir um mundo*. Seguindo no exemplo de Matrix, ele diz que os autores criaram, na verdade, um *playground* onde outros artistas puderam experimentar e os fãs puderam explorar. Para que isso funcionasse bem, foi necessário construir

²⁹ Trilogia produzida em filmes (The Matrix, 1999; The Matrix Reloaded, 2003; The Matrix Revolutions, 2003), mas que também incluiu outros produtos como uma serie de filmes de animação chamada The Animatrix, além de jogos eletrônicos e histórias em quadrinhos.

um mundo com suficiente consistência, ao mesmo tempo que com enorme flexibilidade que permitisse a materialização em diversos estilos de representação. São concebidos assim vários elementos característicos que devem transitar pelos produtos da franquia, mas os trabalhos não necessariamente reproduzem todos eles e os incluem na mesma medida. Jenkins afirma que o contar de histórias se torna cada vez mais uma arte de *construção de mundo*, onde artistas devem criar ambientes tão ricos e irresistíveis que não poderão ser explorados e exauridos em um único trabalho ou em uma única mídia. O mundo construído é maior que o filme que o apresenta, ou mesmo maior que a franquia inteira, quando consideramos todas as criações possíveis que podem surgir advindas da própria audiência. Um roteirista citado por Jenkins resume o desafio da seguinte forma: no início era preciso apresentar a proposta de uma história, porque sem uma boa história não se tinha um filme; mais tarde passou a ser exigido que se apresentasse numa proposta os personagens, porque bons personagens poderiam suportar múltiplas histórias; agora é preciso propor um mundo, porque um bom mundo seria capaz de suportar múltiplos personagens e múltiplas histórias em múltiplas mídias. É o entretenimento para a era da inteligência coletiva, que enfraquece as distinções entre autores e leitores, produtores e espectadores e onde todos se misturam para formar um circuito de expressão que sustenta o todo.

Sobre criação e autoria Murray (2003) também traz reflexões interessantes. Ao conclamar os *ciberbardos* - como se refere aos autores ou contadores de histórias para a cibercultura - diz:

Precisaremos descobrir uma maneira que permita a eles [autores] escrever de forma procedimental; antecipar todas as reviravoltas do caleidoscópio, todas as ações do interator; e especificar não apenas os acontecimentos do enredo, mas também as regras sob as quais esses eventos ocorrerão. Os escritores precisarão de um método concreto para estruturar uma história coerente, não como uma sequência isolada de eventos, mas como um enredo multiforme aberto à participação colaborativa do interator. A princípio, essa composição caleidoscópica parece uma violenta ruptura com a tradição, mas, quando analisamos como as histórias evoluíram com o passar dos anos, notamos técnicas de padrões e variações que parecem muito sugestivas para as narrativas baseadas em computador (Murray, 2003, p. 179).

Murray (2003) acredita que a resposta a esse desafio inicia-se no olhar sobre fórmulas e padrões do contar de histórias e antigas comunidades de bardos orais. Existem, de fato, padrões e eles são constantes porque a experiência humana, de onde todas as histórias são originárias, são de fato constantes. Mesmo que existam diferenças culturais e temporais que possam influenciar esses padrões, as bases permanecem e são muito semelhantes. Tal padronização se torna especialmente apropriada para ser transposta para o computador, e o trabalho de um autor seria o de usar e manipular uma estrutura que dela é formada, com suas extensões e camadas e onde fosse possível manter o controle da história ao mesmo tempo em que se proporciona aos interatores uma liberdade de ação e agência. A tradição bárdica, diz Murray, é justamente um conjunto de fórmulas dentro de fórmulas para composição em diversas representações, que ao mesmo tempo que permitem variações e recombinações, conservam níveis de consistência, padronização e redundância para que possam ser reconhecidas, decodificadas e entendidas. Para as narrativas no ciberespaço deveriam se seguir os mesmos preceitos, com definição pelo autor de que ações, elementos e representações serão aqueles que se manterão consistentes e os que variarão, sujeitas à evolução da história ou participação dos interatores. A autora ainda destaca nesse processo que se dê atenção especial ao que chama de convenções de interação, que devem ser pensadas a fim de que evoluam para que sejam cada vez mais sutis e expressivas.

Precisamos rever nosso conceito de autoria [...], e pensar nela não como inscrição de um texto escrito fixo, mas como invenção e organização de padrões expressivos que constituem uma história multiforme (Murray, 2003, p. 186).

Uma história encantadora nesse novo ambiente, para Murray (2003), continua sendo um ato de interpretação do mundo, que só se torna interessante a partir das percepções e sentimentos particulares de um autor e de seu estilo - nesse sentido nenhuma mecânica deverá substituí-los. Mas é preciso desenvolver as estratégias que darão ao autor o controle sobre os vários níveis de escolha artística e da especificação de elementos, sejam eles dessa estrutura abstrata que é matriz para que se dê a história como das particularidades da história. Numa referência

aos Multi-User Dungeon (MUDs)³⁰, a autora acredita que os mundos virtuais dos ciberdramas ideais serão os que combinarem e equilibrarem a agência ilimitada desses jogos com a atração imersiva de uma história autoral. Os usuários interatores não ficam com a responsabilidade de inventar o mundo ficcional por conta própria, porque isso criaria dificuldades para que se estabelecessem as fronteiras da ilusão. O papel de um ou mais autores é o de interferir e negociar tais limites, influenciando para não reprimir a improvisação criativa dos usuários, mas direcioná-las para uma determinada consistência e criando assim um universo mais determinado e cujas ilusões são compartilhadas com espaço para maior improvisação nas fantasias individuais. O encantamento imersivo é resultado da permeabilidade entre essas duas camadas, em constante negociação.

3.2.3

As novas relações de consumo e o caráter interator do sujeito

Martin-Barbero (1997) propõe uma abordagem dos estudos de comunicação que altera o foco dos meios para as mediações. Com isso chama a atenção para a importância de se compreender a dinâmica da comunicação não apenas como tecnologia, mas como cultura mediada, em um processo que envolve a recepção no sentido de entender aspectos como percepção, apropriação, reconhecimento, resistências e contextos do público em função do que é mediado. Trata, assim, do exame de um conjunto dessas afetações, ou seja, em que nível mudam as relações que essa audiência transformada em usuário tem a partir do aparato das novas mídias a que passa a ter acesso e dessas novas linguagens e modos de discurso.

Ao tratarmos de tais afecções, no entanto, cabe mais uma vez estabelecer um recorte, e que será dado às questões que envolvem posturas participativas e expectativas de interação ou, usando o termo cunhado por Murray (2003), ao caráter *interator* que o sujeito adquire.

³⁰ Os MUDs são jogos de computador multi-usuários para serem jogados em rede, e cuja interação com o jogo se dá sobretudo de forma textual. Seu funcionamento e regras foram inspirados nos RPGs, como por exemplo o jogo Dungeons and Dragons, já citado acima.

Contradições, confusões, e múltiplas perspectivas devem ser antecipadas no momento de transição quando um paradigma das mídias está morrendo e outro nascendo. Nenhum de nós realmente sabe como viver nessa era de convergência de mídias, inteligência coletiva e cultura da participação. [...] Nossas respostas a essas mudanças não podem ser facilmente mapeadas em termos ideológicos tradicionais: não há uma resposta unificada de um lado ou de outro para a cultura da convergência (Jenkins, 2008, p. 176, tradução nossa).

Assim resume o problema a que Jenkins (2008) se dedica ao analisar a relação de fãs com programas e seriados norte-americanos propondo de forma ampla o que chama de *cultura da convergência*. O autor parte do entendimento de uma série de mudanças na relação que a audiência tem com os meios e a integração entre eles e o conteúdo que neles circulam. Mídias, como define, para além de serem meros canais de entrega de conteúdo ou informação, são sistemas culturais, e é fundamental levar isso em consideração para entender o que ele quer dizer por convergência. Há a tendência de associar tal palavra a uma junção de tecnologias em um mesmo dispositivo, mas na verdade a convergência mais significativa é a que acontece na esfera cultural, independente da tecnologia que da suporte e do fato disso se materializar em um único aparelho. Em síntese, por convergência ele quer dizer um dado efeito que não é apenas uma mudança tecnológica, mas altera a relação entre tecnologias, indústrias, mercados, gêneros de conteúdo e audiências. Uma mudança que altera as formas da indústria operar, já que se alteram as formas da audiência consumir e processar conteúdos. Jenkins diz:

O conteúdo de entretenimento não é a única coisa que flui através de múltiplas plataformas de mídia. Nossas vidas, relacionamentos, memórias, fantasias, desejos também fluem através de múltiplos canais de mídia. Ser um amante, ou mãe, ou professor ocorre em múltiplas plataformas (Jenkins, 2008, p. 17, tradução nossa).

A convergência exige que as empresas repensem antigas verdades sobre como as audiências consomem mídia. De consumidores passivos eles passam a ativos. De previsíveis e estáveis, dentro de padrões de estados determinados por alguém, eles passam a ser instáveis, migrando constantemente e pouco fiéis a

redes e meios. Se os consumidores eram indivíduos isolados, esses novos são significativamente mais conectados socialmente. E se o papel de consumidor de conteúdo midiático era silencioso e invisível, os novos consumidores são barulhentos e com acesso fácil a uma exposição pública.

Jenkins (2008), citando o programa *Survivor*³¹ como exemplo, diz que televisão para a era da Internet é aquela projetada para ser discutida, dissecada, debatida, prevista e criticada. A era da convergência desperta modos de consumo que possam ser compartilhados e são coletivos em oposição aos individualistas. Isso não quer dizer, no entanto, que todos estão predispostos a interagir dessa forma intensa ao assistir ao seu programa preferido, mas são poucos aqueles que seguem desejando uma experiência que seja isolada e silenciosa. A televisão por si só já é um meio que sempre provocou alguma interação social e a tendência é isso se intensificar, migrando para os meios digitais. Cria-se uma dinâmica que pode ser definida nos termos da inteligência coletiva, e que Jenkins sintetiza como “habilidade das comunidades virtuais de aproveitar a experiência combinada dos seus membros” (2008, p. 27, tradução nossa), e agindo coletivamente a audiência estabelece novos poderes de negociação. Essas comunidades são ainda mutáveis, como é mutável o investimento cognitivo e emocional que fazem nesses produtos, transformando a manutenção do interesse em um desafio ainda maior. O autor sugere que novas expectativas e competências estão surgindo na audiência e fazendo com que essas pessoas possam e exerçam cada vez mais seu papel de participantes na cultura da convergência, o que pode ser resumido nas seguintes atividades: compartilhar e gerir conhecimento numa comunidade; compartilhar e comparar sistemas de valores avaliando dramas éticos; fazer conexões através de informações distribuídas e fragmentadas; expressar interpretações e sentimentos a respeito de histórias ficcionais; e circular criações pela rede que serão redistribuídas por outras pessoas.

³¹ Série de televisão do formato reality show, onde um grupo de pessoas fica isolado em um lugar remoto, sobrevivendo em condições extremas e participando de diversas provas. A cada semana, integrantes disputam uma eliminação que tem a participação do público e o jogador que permanecer até o final será o vencedor. O programa foi exibido pela primeira vez em 1997 e só nos Estados Unidos já teve 23 edições.

Para dar um exemplo, um dos casos que fundamentam sua tese diz respeito ao chamado *spoiling*, que quer dizer o esforço de determinados consumidores em desvendar e circular para um grupo de pessoas ou publicamente o que acontecerá em uma história ou programa. Se tal fenômeno pode parecer uma afronta à imersão e encantamento com a história, o que tem se provado é que pode causar um efeito contrário: o jogo de desvendar e compartilhar essas informações pode tornar esses fãs ainda mais engajados. A audiência parte da expectativa de encontrar ou mesmo criar seus próprios pontos de entrada na história, independente das ações das empresas, usando os recursos existentes como formas de prolongar a satisfação com seus programas favoritos.

Ao falar dos conceitos de participação e interatividade, Jenkins (2008) separa suas definições. Por interatividade ele assume como sendo as formas com que as novas tecnologias são projetadas para responderem a impulsos vindos dos consumidores, e que podem ser descritas em diferentes níveis. Participação, por outro lado, tem relação intrínseca com os protocolos sociais e culturais, estando menos sujeita ao controle das empresas. Originalmente o computador já oferece uma enorme gama de possibilidades de interação com conteúdos, e a apropriação e reprodução disso pelas empresas é trivial. Mas isso não é verdade para a participação, principalmente quando inclui a produção de conteúdo pela audiência numa esfera que está fora do alcance do controle das empresas, desafiando leis de direitos autorais e paradigmas de criação e comercialização dentro dos quais essas operam.

Aprofundando a discussão por trás da participação e interatividade, e numa abordagem mais instrumental e aplicada, Ryan (2004) discute esses conceitos nas narrativas a partir de duas dicotomias. A primeira é da ordem do envolvimento externo e interno, ou seja, da posição que um usuário ocupa na relação com um dado mundo virtual ou ficcional. O interno se materializa na forma dele assumir um papel dentro da história, apreendendo aquela experiência na forma de primeira pessoa; ao contrário, o ponto de vista externo coloca este usuário como um Deus, que controla, age ou navega sobre as informações daquele determinado mundo, mas não faz parte dele. Essa oposição, no entanto, não precisa ser definitiva nem binária, podendo alternar em função de diferentes ocasiões e níveis de

engajamento desejados. A segunda oposição é da ordem do envolvimento exploratório ou ontológico. O primeiro diz respeito ao movimento livre que um usuário pode fazer navegando por informações de um banco de dados, e não necessariamente construindo ou alterando uma história ou narrativa; o segundo, ao contrário, tem a sequência da história atrelada às decisões e ações tomadas pelo usuário. Essa oposição, diz a autora, manifesta-se de forma muito mais dicotômica do que na primeira oposição, embora formatos híbridos sejam também possíveis. Conclui, assim, que combinando-se essas formas de envolvimento - tal como interno/exploratório, interno/ontológico, externo/exploratório, externo/ontológico - tem-se todas as formas de participação e interatividade que podem ser pensadas para uma narrativa.

Ryan (2004) também traz uma reflexão interessante sobre a hipótese de um usuário assumir o papel de um personagem em um ciberdrama. A ocorrência disso traz inevitavelmente questões conflitantes entre a liberdade de agir do usuário com a manutenção estética e a coerência da história do qual aquele personagem participa. Dramas interativos devem ser pensados para serem “jogados” e não assistidos como um espetáculo, o que requer que se pense as histórias e tramas a partir de padrões diferentes daqueles que servem apenas para serem assistidos. Quando se deseja criar essa possibilidade (ciberdramas onde permite-se a atuação de usuários dentro das histórias) não se deve pensar como se os usuários fossem capazes de se tornarem por inteiro aquele sujeito virtual, como ao se transportar para dentro de um romance. É preciso investir nessa ilusão, mas mantendo claramente a identidade e consciência de usuários. Além disso, a autora acredita que apenas um conjunto selecionados de experiências, emoções e formas de participação se prestam a esse intuito.

A partir do extenso estudo que fizera sobre narrativas para novas mídias, Murray (2003) também explora em profundidade relações de consumo que se alteraram nesse novo cenário. Ela usa ao longo de toda a obra a expressão *interator* para referir-se à essa audiência que se torna usuária, habitando as formas narrativas moldadas para a cibercultura. Nesse contexto, é a agência, cuja definição já se examinou aqui, aquilo que vai distinguir uma participação verdadeiramente ativa das outras formas possíveis de interação. A agência,

defende a autora, é um sentimento esperado de quase a totalidade das tarefas que desempenhamos no computador, mas pouca ou nenhuma vez esperado de formas narrativas a que somos expostos em outros meios, como TV e cinema. O uso vago do termo interatividade confunde ainda mais o prazer da agência com meras habilidades de movimentar elementos e o clicar do *mouse*. A agência vai além da participação ou atividade, e se é raridade nas formas narrativas tradicionais, é comum em atividades estruturadas e onde os jogos são um exemplo.

A exploração da agência, no entanto, traz implicações significativas, sobretudo na relação com o caráter autoral, na interferência na criação das narrativas, porque significa dar ao interator também o papel de autor. Para discutir a questão, Murray (2003) primeiro propõe que se separe dois tipos de autoria, onde uma é a autoria do ambiente, das estruturas e das regras através dos quais aquela narrativa e toda a participação se dará, e o outro tipo dá conta da criação que ocorre dentro do domínio dessas regras e estruturas estabelecidas pelo primeiro. De alguma forma, por mais que haja liberdade de criação em níveis mesmo inconcebíveis a uma narrativa nos meios tradicionais, essa criação seguirá sempre sendo derivada e sujeita às determinações e limites maiores de uma matriz, cuja concepção seria então a tarefa do mais alto grau de autoria. Murray chama isso de *autoria procedimental*, que é como deve ocorrer nos meios eletrônicos e significa escrever as regras através das quais todo o resto (história, personagens, ações) se desenrola.

O interator não é o autor da narrativa digital, embora ele possa vivenciar um dos aspectos mais excitantes da criação artística - a emoção de exercer o poder sobre materiais sedutores e plásticos. Isso não é autoria, mas agência (Murray, 2003, p. 150).

Dentro da dinâmica que se estabeleceu na rede, boa parte dessas práticas e comportamentos comentados acima, especialmente aqueles comentados por Jenkins (2008) dão-se a partir das chamadas redes sociais. Torna-se, assim, também importante uma breve revisão de conceitos e elementos por trás dessas estruturas. Em obra dedicada ao assunto, Recuero (2009) afirma o seguinte:

[Redes sociais são] a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC). Essas ferramentas proporcionaram, [...] que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros (2009, p. 24).

O estudo a que ela se dedica procurou compreender esses fenômenos como uma complexificação das redes que já existem fora dos ambientes digitais. Independente de várias dinâmicas que seriam características das redes sociais, a autora destaca o capital social como um valor significativo construído nesses ambientes, e que apesar de serem os mesmos das relações fora desses meios, não são um espelho do outro. Pelo contrário, o fato de atores terem acesso a um capital social na Rede que talvez não tivessem ou não pudessem ser percebidos no ambiente *offline* se torna ainda mais importante dentro das redes *online*. São eles: visibilidade, reputação, popularidade e autoridade. Mistura-se então isso à força de outro elemento fundamental: a difusão de informações em redes sociais. Essas se ampliam ainda mais quando se tornam pólos de difusão de informações de forma rápida e interativa, criando um fenômeno comunicativo ainda mais complexo e que adquire contornos inéditos quando integramos a essa dinâmica ferramentas de publicação de conteúdo pessoal somada à conveniência dada pelos dispositivos móveis. Difusão de informações e capital social se ligam e se reforçam nas dimensões relacional (reforço dos laços pessoais) e cognitiva (apelo informacional, trazendo ou difundindo conhecimento).

Um fenômeno que não é descrito de forma explícita por Recuero, mas pode ser associado a vários dos aspectos que a autora descreve, é o que tem se definido como *life streaming*. A expressão se refere à prática de usar as ferramentas de publicação pessoal já conectadas e integradas às redes sociais para constituir um registro público e cronológico de todo tipo de informações geradas ou compartilhadas por alguém ou por uma rede de pessoas. Vai da criação, publicação ou compartilhamento de textos, fotos e vídeos, até simples e curtos comentários ou pensamentos, incluindo também notificações daquilo que se está fazendo ou lugares em que se está chegando. Cada pedaço de informação é incluído em uma linha do tempo que é agregada ao todo do universo de pessoas

com as quais se mantém alguma relação nessa rede, e que em alguns casos podem ser separadas em diferentes níveis. Cria-se, assim, uma espécie de vigilância contínua da vida real das pessoas, onde todos exercem concomitantemente e conscientemente os papéis de observadores e observados, na medida em que acompanham, produzem e manipulam esse espetáculo da vida ao vivo.

Um artigo do site de tecnologia TechCrunch³², em 2009, comentava sobre como esses espaços e dinâmicas são capazes de alterar a fonte primária de obtenção de informações. O acesso às páginas dedicadas de websites da internet é substituído por ferramentas e ambientes que entregam um avalanche cronológica de conteúdo, sendo ou não redes sociais. E dessa avalanche fazem parte notícias atualizadas numa determinada periodicidade, mas também discussões e conversação, atualizações de diversos tipos de estados dos usuários, pensamentos e opiniões compartilhadas, fotos, vídeos e referências. É essa diversidade, atrelada a uma forma relativamente simples de organização e filtragem, além da chancela da informação dos amigos, que tornam esse modelo tão atrativo a ponto de se tornar um padrão de consumo de informação. A maioria desses ambientes ainda permite que outros aplicativos e fontes (que não aqueles derivados da própria rede) notifiquem e incluam conteúdo nessa torrente, contribuindo assim para que sejam potencialmente centralizadores de quaisquer conteúdos. O crescimento desse formato de consumo pode alterar fundamentalmente a forma de distribuição de conteúdo na internet, fazendo com que grandes websites tradicionais destinados para o consumo de conteúdo acabem enfraquecidos como fonte primária de atualização.

Seja no acompanhamento da vida ao vivo, ou como fonte primária de quaisquer tipos de informações, é interessante pensar também que esse modelo não se resume a simples fragmentos de realidade organizados cronologicamente, mas constituem também narrativas.

Por fim, cabem ainda questões sobre identidade e identificação, e mais uma vez são úteis as reflexões de Santaella (2007) sobre as identidades na contemporaneidade. Com o surgimento da cultura digital e sistemas de

³² <http://techcrunch.com/2009/05/17/jump-into-the-stream/>. acesso em abril de 2011.

comunicação eletrônicos, estabelece-se uma quebra na forma como o sujeito era pensado. A cibercultura promove o indivíduo como uma identidade instável, que está em contínua transformação de múltiplas identidades e múltiplas realidades, características da cultura digital. As novas mídias constituem assim um sujeito que é múltiplo, instável, mutável, difuso e fragmentado, que sempre existiu, mas encontrou no ciberespaço o ambiente por excelência de encenação e representação dessas condições. O ciberespaço abre a consciência sobre a construção de nossa própria persona no ambiente simulado, permitindo que se possa interagir com as demais existentes no ciberespaço, bem como brincar com nossa própria subjetividade de novas formas. A identificação pressupõe, num sentido tradicional, um distanciamento do sujeito daquilo a que ele deseja se identificar, mas é justamente essa relação que o caráter interativo das mídias eletrônicas vai inverter, onde identidades são incorporadas, intercambiadas, complementadas, substituídas e transitáveis. É possível se tornar o “outro” e não apenas fazer referência a ele.

Em suma: a novidade do ciberespaço não está na transformação de identidades previamente unas em identidades múltiplas, pois a identidade humana é, por natureza, múltipla. A novidade está, isso sim, em tornar essa verdade evidente e na possibilidade de encenar e brincar com essa verdade, jogar com ela até o limite último da transmutação, da metamorfose; enfim, da “mutamorfose” identitária (Santaella, 2007, p. 97).

3.3 Os jogos eletrônicos

Na revisão teórica fica evidente que a maior parte das transformações observadas possuem uma espécie de objeto exemplar por excelência, uma categoria específica associada às novas mídias que é amplamente citada e pode-se dizer que melhor e de forma mais completa sintetiza e sistematiza os aspectos analisados. São os jogos eletrônicos ou simplesmente *games*. É como se os produtores de jogos e jogadores estivessem um passo à frente em entender e realizar o que se viu até aqui, e isso se comprova também pela notável relevância

que os jogos eletrônicos alcançaram no mercado de entretenimento onde se consolidam como o mais importante e rentável segmento, superando inclusive o cinema e a televisão.

Lucia Santaella (2007) dedica um capítulo ao tema, afirmando que cada vez surgem mais pesquisadores dispostos a tratar deste tema sem desprezo ou “avaliação apocalíptica”, preocupados em entender em profundidade as propriedades e consequências psíquicas e culturais dessa nova mídia. Fazendo referência a demais autores, Santaella resgata a afirmação de que os jogos eletrônicos são um fenômeno expressivo e complexo, que tem dimensões culturais, estéticas e de linguagem, e são tema de fundamental importância para todos que se propõem a pesquisar fenômenos comunicacionais e culturais.

A cada nova geração, o design dos games aprimora a simulação de ambientes por meio da aplicação das últimas novidades científicas e tecnológicas. O avanço que os games vêm provocando nessa área levou à constatação, hoje, quase consensual, de que eles estabeleceram uma nova relação entre as artes visuais, a cultura da comunicação e a indústria do entretenimento (Santaella, 2007, p. 279).

Santaella (2007) aproxima os games do conceito de hibridização, como sendo um exemplo que se destaca pela interdisciplinaridade envolvida na programação, roteirização, design de interface, técnicas de animação e usabilidade. Dessa hibridização resultaria sua natureza intersemiótica, numa interseção de linguagens e processos sógnicos, misturando jogos tradicionais, quadrinhos, desenhos animados, cinema, vídeo e televisão. A autora afirma que as linguagens passam, através dos games, por um processo de *tradução intersemiótica* para que sejam adequadas às tecnologias que são atraídas para essa linguagem específica. Ao mesmo tempo que esses absorvem as linguagens de outras mídias, essas incorporam recursos semióticos e estéticos próprios dos games. Santaella (2007) prefere resumir a categoria como simplesmente *jogos eletrônicos*, sem diferenciar se são de computador, de consoles, arcades ou para quaisquer outros dispositivos, e cita o que considera a característica fundamental destes: sua natureza participativa. Sem participação ativa e concentrada do

jogador, não há jogo, e no caso dos eletrônicos, essa participação é ainda interativa e imersiva, tal como aspectos próprios da comunicação digital.

Como um primeiro exemplo disso estão os já citados MUDs (Multi-User Dungeons). Murray (2003) comenta o caso de um aluno que era jogador assíduo ainda das primeiras versões desse tipo de jogo e, entediado com o fato de ter como único objetivo matar dragões, começou a utilizar os recursos e comandos do jogo para realizar encontros com grupos de pessoas e subvertendo assim os objetivos originais. Isso denotava, para a autora, um comportamento típico dessa cultura, onde os usuários se apropriam de regras, recursos e materiais disponíveis para redefinir seus propósitos em função da sua própria vontade. Outros tipos de MUDs, mais recentemente, enfatizam ainda mais essa subversão do espaço compartilhado que o estudante tanto valorizava. Abrem assim espaço a uma interpretação mais intensa, gerando um aumento do envolvimento imersivo, o que tem como consequência um desejo desses jogadores de não só redefinir, mas *construir* seus próprios mundos virtuais. Seria isso um exemplo por excelência da capacidade criativa posta em exercício de modo procedimental.

A atual cultura construtivista dos MUDs [ela faz referência aos anos 90, em que a obra foi escrita] foi desenvolvida por uma comunidade acadêmica que desfrutou vinte anos de acesso constante aos computadores. Esse pode ser o prenúncio de futuras tendências para uma população muito maior, que está apenas começando a conectar-se em rede (Murray, 2003, p. 146).

Santaella (2007) aprofunda a questão comentando outros expoentes dessa cultura dos jogos eletrônicos, como os MMOGs (Massive Multiplayer Online Game) e MMORPGs³³ (Massive Multiplayer Online Role-Playing Game), que tem um impacto indiscutível no conceito de entretenimento. O MMOG é um tipo de game jogado pela Internet em comunidade, com centenas ou milhares de jogadores simultâneos que interagem quase que livremente por universos paralelos criados e compartilhados por todos. Dessa forma, mais que jogos, esses ambientes são verdadeiras comunidades globais virtuais compartilhando desejos,

³³ Também podem ser definidos como versões comerciais e pagas de jogos que são bastante semelhantes aos já citados MUDs. É a categoria onde se enquadra o popular *World of Warcraft*.

anseios e objetivos. Somando os MMOGs aos RPGs³⁴, nos então chamados MMORPGs, criam-se narrativas complexas e uma simulação de interações e práticas sociais onde os jogadores conseguem de fato produzir *mudanças* naquela realidade simulada, o caráter mais inovador desta forma de jogo. Nesse caso, esses jogos ajudam também a refutar a tese de que supostamente privariam o jogador do convívio social, estimulando introversão e isolamento social. A autora lista aquelas características que considera fundamental na atratividade que o game exerce: 1) o fato de funcionarem apenas online; 2) de serem mundos persistentes que funcionam e existem independente de o usuário estar conectado a eles; 3) o fato de suportarem, do ponto de vista de sistema, milhares de jogadores simultâneos; 4) semelhança com a realidade, mesmo que as temáticas são fantasiosas; 5) serem “amorfos”, ou seja, sem um final determinado e podendo ser atualizados a qualquer instante com novos desafios; 6) o fato de serem pagos (em sua maioria); 7) dado que não tem um fim definido, a interação social é um objetivo implícito; 8) existência de regras culturais e sociais que precisam ser respeitadas.

Jenkins (2008) também faz referência aos MMORPGs dizendo que os criadores desse tipo de jogo adotam já de partida uma lógica colaborativa, tendo assim construído uma relação muito mais aberta com sua base de consumidores, quando comparada a outras formas de entretenimento. Esses criadores, que são projetistas de jogos, perceberam que seu trabalho é menos o de criar histórias e narrativas pré-estruturadas, mas mais no sentido de desenvolver pré-condições para que se dêem atividades espontâneas da comunidade dentro daquele universo. E é fundamental que os jogadores participantes possam sentir que o que eles produzem naquele mundo virtual gera algum tipo de diferença, não só para suas próprias experiências, mas para a de todos os outros jogadores também.

Murray (2003) em 1997 comentava que apesar de já serem visíveis à época que os maiores esforços criativos e sucesso comercial em relação às narrativas digitais estivessem já concentradas na área de jogos eletrônicos, eles eram nesse quesito de conteúdo bastante escassos e sem profundidade. A discussão sobre

³⁴ Tipo de jogo onde os jogadores devem assumir o papel de um determinado personagem e vivenciar e fazer a sua história.

narrativas e os jogos eletrônicos tem suscitado calorosos embates, cujo centro são as visões opostas que tem aqueles estudiosos da narratologia e aqueles da ludologia. Autores cujas ideias têm sido importantes a esse estudo, como Murray, Ryan e Jenkins, já publicaram artigos tomando parte nessa discussão. De um lado ficam aqueles que veem nos jogos eletrônicos um ambiente para experimentação e de onde emergem novas formas narrativas que são convergentes com as novas mídias. Do outro estão aqueles que defendem uma incompatibilidade conceitual nas definições de narrativa e do jogo, o que de forma muito resumida seria dizer que a existência de um desses anula a existência do outro e que a análise que se deve fazer sobre os jogos eletrônicos sempre deverá partir dos seus aspectos enquanto jogo. No limite disso, Aarseth (2004) propõe uma abordagem que trate dos jogos eletrônicos como uma categoria individual, separada e isolada de um direcionamento mais determinista de ambas as vertentes. Ele afirma que games não podem ser vistos apenas como uma nova forma de narrativa ou de história, que é apenas interativa e que poderia ser construída e vista sob ótica destes estudos. Existem mais diferenças de discurso essenciais entre histórias e jogos de computador, que entre romances e filmes, por exemplo. Quando os games são analisados como histórias, tanto suas diferenças quanto suas qualidades intrínsecas se tornam impossíveis de entender. Afirma o autor, assim, que é preciso que surja uma teoria alternativa que seja nativa desse campo de estudos, e só assim seria possível ver mais claramente como os games se relacionam com histórias e como histórias são usadas nos games.

Aarseth (2004) faz uma revisão de gêneros de jogo que ele considera possuir história em algum nível, e que observa terem em comum uma infraestrutura técnica que poderiam ser melhor descritas como plataformas, tal qual um baralho de cartas que serve a vários jogos. O autor critica as afirmações de que há narrativa ou é possível se extrair narrativas emergentes de uma enorme gama de jogos, principalmente os que são baseados em filmes ou romances, dizendo que isso por si só não garante que aquele jogo possua uma narrativa mesmo que tenha sido inspirado por uma. Haverá, segundo o autor, um aspecto que sempre vai contrapor e criar um paradoxo de games em relação à narrativa: a escolha. Quando um game depende fundamentalmente da escolha do jogador, não há nele

implícita uma narrativa porque não é narrativo em sua função. Isso só se altera quando o game está estruturado numa experiência que não é a de total escolhas, mas de descoberta de caminhos que, mesmo múltiplos, tenham sido pré-determinados e oferecem plena experiência se jogado apenas uma vez. Em games de aventura, entretanto, mesmo existindo uma história que dê suporte ao jogo, a função dada não é a de viver ou assistir a essa história, mas cumprir desafios e é isso, não a narrativa, que domina sua estrutura.

Nessa mesma direção, Will Wright, criador dos jogos de sucesso como *The Sims* e *SimCity*³⁵, afirmou em entrevista recente³⁶ que games não são o meio certo para se contar histórias, mas apenas dizem respeito a *possibilidades* de uma história. Wright afirma que games devem ter finais abertos, tal qual exatamente são os seus jogos de simulações, permitindo aos jogadores criarem sua própria história. Ele comenta ainda o jogo *Grand Theft Auto*, que ficou conhecido pela narrativa estruturada que apresenta e forte construção de personagens, dando a sensação de se estar participando de um filme de gangsters, mas que ele afirma ser mais atrativo pela possibilidade de se poder criar a própria história do que seguir essas sequências que o jogo determina.

Ryan (2004), ao contrário, situa os jogos de computador como sendo um dos gêneros de novas narrativas possíveis que as novas mídias geram. E nesse grupo os jogos que tem sido mais bem sucedidos são os que melhor conseguem transformar usuários em personagens, isso se devendo em grande parte à habilidade de se explorar a força da solução de problemas como principal motor movente da narrativa. O jogador segue em busca de um grande objetivo que reconhece sob a forma de destino, e cuja jornada é representada e vivenciada pelo usuário ao invés de ser simplesmente narrada. Essa experiência pode se manifestar, bem como ser mais ou menos intensa, de diferentes formas dependendo do tipo de jogo (aventura, simulação e mistério).

³⁵ *The Sims*, lançado em 2000, é uma espécie de casa de bonecas virtual, onde o jogador controla uma família de humanóides. É o jogo mais vendido de uma franquia que inclui outros simuladores, como por exemplo o *SimCity* (onde o jogador cria e gerencia uma cidade). *The Sims* havia vendido mais de 125 milhões de cópias até o início de 2011.

³⁶ Disponível em: <http://www.cnn.com/2011/TECH/gaming.gadgets/02/18/will.wright>. Acesso em junho de 2011.

Murray (2004) argumenta que jogos e histórias tem ao menos em comum duas importantes estruturas: a competição - manifestada seja no estabelecimento de oponentes ao jogador de um game ou na oposição entre protagonista e o antagonista da história - e o quebra-cabeça, que pode ser visto tanto na oposição entre o leitor e o autor ou do jogador com o projetista do jogo. Quando o quebra-cabeça está na história, como de mistérios, é um desafio à mente, mas nos games baseados em quebra-cabeças é além disso um desafio de tomadas de decisão e de movimentos. Tanto histórias como jogos, em sua maioria, sempre terão essas estruturas. Jogos e histórias também se assemelham quando são ambos distanciamentos do mundo real. Uma união dos jogos com histórias, afirma a autora, é um espaço vibrante aberto à exploração desses conceitos e uma forma cultural de lidarmos com as relações pós-modernas que estabelecemos com o mundo e com a comunidade, sendo o computador o meio por excelência capaz de realizar essa união e promover essa experiência. Ao invés de se discutir a oposição entre narrativas e jogos, ou tentar assimilar novas estruturas e objetos a partir de categorias da literatura, do cinema, ou de jogos clássicos, o caminho seria pensar em como produzir melhores ciberdramas na combinação do que melhor caracteriza jogos e histórias.

Tomando parte na mesma discussão, Jenkins (2004) também tenta desviar o foco do embate da oposição entre os conceitos para uma reflexão mais profunda sobre aspectos inerentes à experiência que jogos e histórias estão provocando, sobretudo se prestarmos atenção à imensa variedade de jogos que surgem e que não poderiam ter sua análise reduzida a uma ou a outra abordagem. Para sustentar essa tese e organizar a discussão o pesquisador lista algumas premissas interessantes, como se seguem: nem todos os jogos contam histórias; alguns tem apenas “aspirações narrativas”; não há um único futuro para os games em uma ou outra direção; nunca uma experiência de um jogo poderá ser reduzida à história que possua; se jogos contam histórias, certamente deverá ser de uma forma diferente do que fizeram outros meios. Conclui então que aspectos narrativos podem ser de alguma forma fragmentados e vistos como funções específicas que estão dentro dos jogos, mas não faz sentido pensar em projetistas ou criadores de

jogos como *contadores de histórias*, e seria mais correto pensar neles como *arquitetos de narrativas*.