

Jogo, avatar e identidade: quando a moda invade o videogame

Ms. Danielly Amatte Lopes (doutoranda em Comunicação - UnB/ prof. convidada - PUC Goiás)

Resumo: Este artigo busca discutir a relação estabelecida entre o jogador e seu avatar, tendo como viés as influências do mundo da moda e da redefinição de noção de corpo, ambos considerados aspectos influenciadores na construção da identidade do jogador em questão. *Corpo; avatar; moda.*

Abstract: This article discusses the relation between the player and his avatar, from the perspective of the influences of fashion world and the ideas of body in these days, both considered strong aspects for the construction of identity of the player in question. *Body, avatar, fashion.*

Corpo, moda e videogame

O imaginário contemporâneo vem sendo alimentado por um fluxo constante de imagens de toda ordem. O tripé comunicação, cultura e tecnologia mediam a criação de universos simbólicos que ajudam o expectador/receptor a construir as noções mais básicas da vida cotidiana. Tempo, espaço, identidade, o eu e o não-eu são apenas alguns dos muitos conceitos que se formam sob a tutela de uma tecnocultura cada vez mais presente.

Dentro desse contexto podemos situar duas expressões culturais desse início do século XXI - a moda e o videogame – como parte dos filtros que mediam para esse expectador uma série de visualidades que o ajudam a reordenar e resignificar seu entendimento de corpo e identidade. Enquanto a moda se configura como um elemento que ao mesmo tempo individualiza e homogeneíza esse indivíduo, colocando em cheque seu sentido de pertencimento, o videogame lhe abre a possibilidade de habitar o espaço cibernético, abalando a fronteira da materialidade e ampliando aquilo que ele pode entender como ele mesmo e como corpo.

Ambos se situam no imbricamento entre bem cultural e bem de consumo, ora participando da formação do imaginário do homem contemporâneo, ora obedecendo as diretrizes mercantis, tornando cada vez mais esses “cidadãos”, “consumidores”. Segundo Canclini (1999), o consumo toma pra si a função de dar ao cidadão, agora consumidor, o sentimento de pertencimento antes oferecido pela idéia de nação. Dessa maneira, elementos que lidam com essa dualidade cultura/consumo passam a se configurar como

decisivos na construção da identidade do indivíduo que habita essa configuração de mundo.

Este artigo busca discutir parte da relação estabelecida entre jogador e avatar¹, levando em consideração tanto a construção do entendimento de corpo que a figura do avatar permite, quanto às influências que essa representação gráfica recebe e reverbera do mundo da moda. Para isso examinaremos alguns dos diversos registros online disponíveis, onde o próprio jogador publica screenshots de seu avatar, construindo algo muito similar aos editoriais de moda que vemos em grandes revistas.

Jogo, corpo, avatar.

“A existência do jogo não está ligada a qualquer grau determinado de civilização, ou a qualquer concepção do universo. (...) A existência do jogo é inegável. É possível negar, se se quiser quase todas as abstrações: a justiça, a beleza, a verdade, o bem, Deus. É possível negar-se a seriedade, mas não o jogo.” (Huizinga: 1996)

Partindo dessa colocação de Huizinga, em seu livro *Homo Ludens* (1996) podemos entender que o jogo está presente nas mais diversas configurações sociais, seja por quais aspectos for. O jogo se apresenta como uma dinâmica própria das relações humanas, se estabelecendo como um aspecto presente nessas relações ao longo da história. Ao examinarmos esse tema – as relações estabelecidas entre os sujeitos contemporâneos e o jogo – é preciso primeiro que explicitemos algumas configurações dessa equação, sobretudo para que identifiquemos nosso foco de ação em um tema tão amplo quanto este.

Começamos então pelo componente humano, no sentido clássico da aspiração. Trata-se de um sujeito inserido em um tempestuoso fluxo de informações audiovisuais, confrontado diuturnamente por uma cultura das mídias², essencialmente híbrida, tanto em relação aos códigos aplicados, quanto em relação aos veículos que lhe dão vazão. Os meios de comunicação atuam como uma espécie de mediadores sociais desse indivíduo, transportando assim seu imaginário e se configurando como objeto de consumo, regidos por uma indústria cultural aos moldes que Adorno e Hockheimer propuseram.

Nesse movimento dicotômico entre se estabelecer ora como bem cultura e ora como bem de consumo, diversos produtos e objetos se apresentam a nós ainda manipulados por uma dinâmica mercantil, porém possuindo também uma vertente simbólica. Estamos em um momento de fato híbrido onde fruição e consumo se mesclam e onde a convivência com esses objetos reestrutura a experiência estética do indivíduo. Vemos a construção de um cotidiano cujo tripé comunicação, cultura e tecnologia formam aspectos fundamentais para o entendimento de nossa situação contemporânea.

Evidentemente a estruturação desse cotidiano passa pela convivência com toda ordem de relações com a tecnologia. São dispositivos, objetos, consoles e interfaces que mediam a relação mundo-sujeito e que, associados ao potencial comunicativo das redes, se configuram também em uma nova dimensão regida por entidades puramente digitais: o ciberespaço (LEVY: 1999). Esses novos mundos que se apresentam ao sujeito do século XXI e as relações que estabelecemos com eles transformam de forma radical o espaço e o tempo, dimensões fundamentais da vida humana. (CASTELLS: 2007, p.462)

Para Eugênio Trivinho (2007) a cibercultura³ é uma “formação tecnocultural”, uma categoria de época que se confunde imanentemente com o cenário material, simbólico e o imaginário contemporâneo e talvez por isso encontremos tantas vezes menção a ela sem precisar seu significado. O fato é que, independente da vertente teórica adotada para se investigar o termo, é inegável o papel da cibercultura na formação do imaginário contemporâneo e principalmente, torna-se indissociável da formação desse imaginário a convergências de diversos meios e veículos:

*“O imaginário vai sendo construído por partes que são conectadas sinergicamente por diferentes meios, em momentos estrategicamente calculados e em doses e formatos previamente determinados”
(OLIVEIRA: 2010)*

Nesse contexto, o game, antes encarado meramente como um objeto de consumo, assume lugar no campo representativo do homem contemporâneo. Constituído por narrativas, elementos de ludicidade e representação simbólica, o game no início de século XXI já garantiu seu legado

enquanto bem cultural. Podemos encontrar nesse universo paralelo dos games a oportunidade de operacionalizar, enquanto sujeitos, um re-dimensionamento de questões que nos rondam contemporaneamente.

Como bem observa Trivinho, a cibercultura, espaço onde podemos situar o game enquanto objeto, é um estado em que a convergência entre as formas culturais e as formas tecnológicas se explicitam em maior grau, tornando-se assim em um campo fértil para a materialização de questões contemporâneas. Nesse sentido, Sidney Eve Matrix entende a cibercultura como uma formação discursiva (Foucault) onde a rede ou a arquitetura conceitual aparece ligando tecnologia à sujeitos individuais, identidade e estilos de vida digitais. (2006, p.05)

Esses sujeitos individuais que, por necessidade ou escolha, precisam encontrar alternativas para corporificar sua presença e assim habitar esses novos ambientes apresentados pela cibercultura. Esses jogadores encontram não só novos mundos, lugares e contextos a explorar, como também ganham o direito de explorar novas características e habilidades de si mesmo. Por meio da figura do avatar, entidade cibernética que corporifica a presença do jogador no ambiente digital.

Sendo assim, a figura do avatar é a responsável por dar corporeidade ao sujeito neste espaço, permitindo a ele experiências sensíveis e de sociabilidade exploratórias, não só no contexto digital, mas também no contexto clássico. O jogador faz uso de ferramentas de ordem tecnológica que permitem a personificação gráfica do sujeito, garantindo a esse sujeito-jogador não só o direito de escolha no que tange à atributos físicos e de ordem estética, mas também possibilidade de, ao longo da dinâmica narrativa, fazer melhorias nesse corpo. Mas afinal, que corpo é esse?

A priori é preciso estabelecer que o corpo não pode ser entendido como um produto pronto, ele se mostra como o resultado de uma complexa rede de relações entre o corpo biológico e o mundo e seus fenômenos (GREINER: 2005). A relação entre corpo biológico e corpo cultural é um aspecto fundamental para mapearmos o corpo como um sistema e não como produto, permitindo assim perceber as diferenças entre *corpo* e *corporeidade*.

Edmundo Husserl (*apud* Greiner: 2005) percebe o corpo como uma estrutura que é, ao mesmo tempo, física e vivida, reconhecendo o

importante fluxo de informações biológicas e fenomenológicas que o cerca. Sendo assim, a noção de corporeidade possuiria um sentido duplo, designando ao mesmo tempo a estrutura vivida e o contexto, ou lugar, de mecanismos cognitivos.

Surgem novas metáforas para descrever o corpo⁴ que fogem da dicotomia cartesiana onde corpo e mente necessariamente estão separados em pólos opostos. A desconstrução dessa dualidade antagônica colocava “*em questão o conceito de si-mesmo (self) ou do sujeito como epicentro do conhecimento e da cognição, da experiência e da ação.*” (Greiner: 2005). Torna-se evidente a partir dos estudos de autores como Lakoff e Johnson, Sheets-Johnstone, Edelman e Prigogine, entre outros, que a aliança entre natureza e cultura é irreversível para os estudos do corpo.

Constrói-se assim nesse ambiente uma nova perspectiva do “eu no mundo”, adaptada as demandas desse lugar. Esse novo eu (corporificado pelo avatar) não se isola do primeiro eu, o físico, ou de outros “eus” que esse sujeito possua. O que se observa é dialética entre as instâncias on-line e off-line, relação composta por contigüidades e rupturas. Segundo Rudiguer (2008) o real e o virtual se apresentam em uma existência dialética, ora em relação de complementaridade, ora em uma dinâmica tempestuosa.

Nossa discussão reside no exame das relações construídas nesse processo dialético entre o real e o digital, voltando nossas atenções para o ambiente, seus jogadores e os avatares. Vemos que é nesse contexto, onde o sujeito contemporâneo encontra na cibercultura a possibilidade de dar corporeidade a desdobramentos identitários subjetivos, que surgem questões que perpassam pelos campos da comunicação e da cultura visual, nos permitindo também criar conexões com a moda e seu universo simbólico.

Investigando o processo de experiências⁵ do sujeito contemporâneo no ambiente virtual podemos perceber que a vivência nesses ambientes amplia a noção que o sujeito tem do próprio corpo, permitindo que ele de fato vivencie as sensações simuladas pelo game. Percebemos que esse ambiente onde a tecnologia converge não só os meios, mas também converge o receptor desses meios, permite que entendimento de sujeito se amplie encontrando na criação dos avatares e no próprio game não só uma

experiência estética que confronta homem e imagem, mas um possível lugar estético e simbólico que convida esse sujeito a habitá-lo.

Avatar: reverberações do mundo da moda

Para exemplificar o que expusemos até aqui, apresentamos logo abaixo (figura 1) algumas imagens recolhidas na internet, onde jogadores do MMRPG⁶ Line Age registram seus avatares. São screenshots, cenas capturadas durante o jogo que inicialmente teriam a função de registro das peripécias e conquistas do jogador durante sua experiência, mas aos poucos começaram a ser utilizadas como verdadeiros books desses personagens.

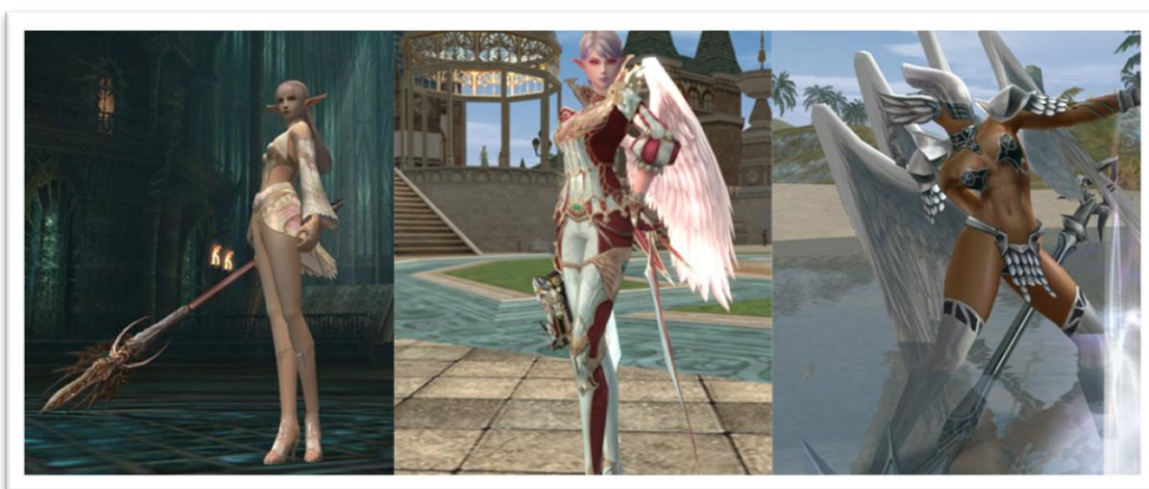


Figura 1 - Avatares capturados por jogadores dentro do ambiente do jogo. Poses e enquadramentos muito similares aos encontrados em fotografia de moda. Fonte: divulgação.

Podemos observar uma clara influência da fotografia de moda nas cenas apresentadas na figura 1. Os enquadramentos, as roupas escolhidas para a personagem e seus acessórios trazem consigo elementos da

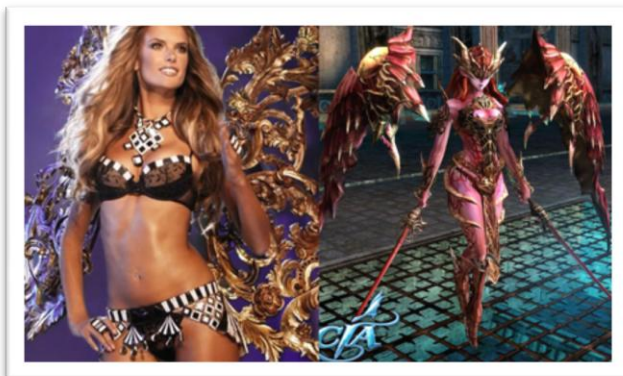


Figura 2 - à esquerda imagem capturada em um dos tradicionais desfiles da marca Victoria Secrets; à direita screenshot de avatar do jogo line age.

famigerada ditadura da moda. A proporção corporal, a postura o mesmo tempo sexy e etérea se mostram como um reflexo do universo simbólico propagado pelas revistas de moda. Pode se notar inclusive (ver figura 2) uma grande semelhança entre avatares e as Angels da marca Victoria Secrets, conhecidos

símbolos de sensualidade.

Vemos a mescla desses dois universos imagéticos que permeiam a sociedade contemporânea. Ambos lidam com essa instabilidade identitária e fluida identificada na sociedade do início do século XXI, possibilitando que o jogador possa expressar os caminhos que percorre nessa construção de um corpo novo e de uma nova identidade. Tanto moda quanto game aparecem como elementos decisivos nessa construção de identidade e se tornam, porque não dizer, vitrines ideológicas dessa construção.

Corpo, avatar e cibercultura

A discussão apresentada aqui nos inscreve em um momento que o sujeito é convidado, por meio da cibercultura, a reorganizar seu entendimento de corpo. O avatar aparece como materialização de um corpo virtual cuja relação subjetiva estabelecida se vale da noção de corpo clássico. Veremos então que alguns autores, como Le Breton (2003) por exemplo, acreditam que graças a um mundo cujas fronteiras se misturam, o corpo se apagaria, já que o toque, a face, o outro só se configuraria por uma interface maquínica.

Em uma linha diametralmente oposta temos autores que vêem nessa possibilidade de hibridação um espaço para a ampliação do entendimento de corpo, alcançando um status cada vez mais simbólico, com possibilidades alternativas de se materializar em contextos e lugares novos. Entendendo assim, que esse corpo não se apagaria e sim estaria diante de uma nova lógica centrada nos processos de hibridação e virtualização.

O corpo, vivente no contexto das realidades virtuais inscritas no ciberespaço, representa uma das portas de entrada pela qual, a corporeidade, tem condições de adentrar o ciberespaço, e conseqüentemente, originar novos modos de "ser", significados, experiências e relações, fruto do imbricamento do corpo com a cibercultura/tecnologia. Vale ressaltar que, este ensejo, seduz pelas possibilidades de galgar novas "potências" (corpóreas ou não) vinculadas à estética, à ubiqüidade e à acessibilidade. (...) No que tange ao virtual, no âmbito da corporeidade, Wunenburger (2006, p. 193), aponta que esta aproximação tem como berço, nossa relação subjetiva com o corpo. Relação esta que, desenrola-se em meio a uma série de representações, que, por sua vez, "o modificam, sobrecarregam-no de valores negativos ou positivos, transformam seu estado natural ou suas aparências sensíveis". (CRUZ Jr & SILVA: 2010)

Sendo assim, é preciso examinar este corpo virtual sob a ótica das mesmas demandas sociais que recaem sobre o corpo físico, fortalecendo a crença (ou a constatação) que *“desde que o ser humano passa a viver em sociedade, vem passando por contínuas transformações (in)visíveis, no escopo de se integrar ao mundo humano das relações, mediado pela cultura e pelas técnicas de modificação disponíveis”* (CRUZ Jr & SILVA: 2010). Dessa maneira, o processo de construção do avatar, mesmo gozando da homogeneidade de condições para a sua criação, estaria sob as mesmas pressões dedicadas ao corpo clássico. Avatar e corpo clássico se tornariam assim, ambos objetos de consumo, construídos para atender demandas subjetivas. Demandas estas que passariam pelo crivo da adaptação e da aprovação social e, por conseguinte, reverberariam aspectos latentes do universo simbólico da moda.

Notas:

1. A palavra “avatar” tem origem no sânscrito, língua usada na religião hindu. Seu significado remete a idéias de deidades que adquirem corpo material, voltando a habitar nossa dimensão. A esses corpos dá-se o nome de Avatar.
2. Usamos aqui a expressão “cultura das mídias” no mesmo sentido que foi empregada por Santaella (2003, p.52), ou seja, para evidenciar as “redes de complementaridades” e os processos socioculturais próprios existentes entre as mídias.
3. Adotaremos aqui, a princípio, a idéia de cibercultura proposta por Pierre Levy, que entende cibercultura como o neologismo que *“especifica o conjunto de técnica (materiais e intelectuais), e práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”* (LEVY: 1999, p. 17).
4. Essas novas metáforas foram construídas por diversos autores em diferentes épocas. Temos desde a metáfora do corpo sem órgãos de Artaud, até a mais recente análise rizomática de Deleuze, passando pelo discurso a cerca do corpo em autores como Jean-Luc Nancy e Foucault.
5. De acordo com Eugene Gendlin (1961): *“(1) A Experienciação é sentida ao invés de pensada, sabida, ou verbalizada. (2) Experienciação ocorre no presente imediato. Não se trata de atributos generalizados de uma pessoa como traços, complexos ou disposições. Em lugar disso, a Experienciação é o que uma pessoa sente aqui e agora, neste momento. Experienciação é um fluxo constantemente mutável de sentimentos que torna possível para qualquer indivíduo sentir alguma coisa em qualquer dado momento.”*
6. O Massively Multiplayer Online Game (Jogos Online para Múltiplos Jogadores) são uma vertente de jogos cuja dinâmica pressupõe a “presença” do jogador em um mundo com regras e dinâmicas próprias. Planejado para suporta milhares de jogadores ao mesmo tempo os MMRPGO possibilitam ao jogador interagir em tempo real com outros jogadores presentes no ambiente, simulando algo muito parecido com nossas relações sociais.

Referências Bibliográficas

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização** – Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede** – São Paulo: Paz e Terra Ed, 2007
_____ **O poder da Identidade (volume 02)** – São Paulo: Paz e Terra, 2003

CRUZ Jr, Gilson & SILVA, Eurineusa Maria. **A (ciber)cultura corporal no contexto da rede: uma leitura sobre os jogos eletrônicos do século XXI**. Rev. Bras. Ciênc. Esporte (Impr.) vol.32 no.2-4 Porto Alegre Dec. 2010. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0101-32892010000200007> > acessado em: 10.10.2011.

GENDLIN, E.T. **Experiencing: A variable in the process of therapeutic change**. American Journal of Psychotherapy. Vol. 15, 1961, 233-245 - Traduzido e adaptado por: João Carlos Caselli Messias e Daniel Bartholomeu.

GREINER, Christine. **O corpo: pistas para estudos indisciplinados** – São Paulo: Annablume: 2005.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens: O jogo como elemento da cultura**. 4ª Ed. São Paulo: Editora Perspectiva S.A. 1996.

LE BRETON, D. **Adeus ao corpo: antropologia e sociedade**. Campinas, SP: Papyrus, 2003

LEVY, Pierre. **Cibercultura** – São Paulo: Editora 34, 1999.

MATRIZ, Sidney Eve. **Cyberpop: digital lifestyle and commodity culture** – New York: Routledge, 2006.

OLIVEIRA, Selma R. N. **Cinema, história em quadrinhos e videogame: outros jogos, outras leituras, outras experiências** – disponível em: << <http://www.arte.unb.br/6art/textos/selma.pdf> >> acessado em: 10.10.2011.

RUDIGUER, Francisco. **Cibercultura e pós-humanismo** – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. – São Paulo: Paulus, 2003.

TRIVINHO, Eugênio. **A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada** – São Paulo: Paulus, 2007